

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN**

#### **2.1 Gambaran Umum DANA**

PT Espay Debit Indonesia Koe merupakan perusahaan *fintech* terkemuka di Indonesia dengan merek dagang DANA. Vincent Henry Iswaratioso yang merupakan *Chief Executive Officer* (CEO) sekaligus pendiri dari DANA yang diluncurkan pada 5 Desember 2018 sebagai sebuah dompet digital atau *e-wallet* yang dapat melakukan transaksi non tunai dan non kartu secara digital. Tujuan dari DANA selaras dengan salah satu pilar ekonomi digital di Indonesia yakni, memungkinkan masyarakat bertransaksi secara lancar. Selain itu, DANA juga dapat mendukung komitmen pemerintah dalam rangka menghemat biaya produksi dan distribusi uang fisik serta meningkatkan literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia. DANA menyediakan sistem pembayaran digital dengan teknologi kelas dunia yang aman, dapat dipercaya, dan nyaman untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam bertransaksi dengan cepat dan praktis. DANA telah memperoleh izin beroperasi dari Bank Indonesia sebagai penyedia jasa pembayaran kategori I dengan aktivitas sebagai penerbit uang elektronik, penyelenggara dompet elektronik, dan penyelenggara transfer dana. Selain itu, DANA juga telah memperoleh persetujuan dari Bank Indonesia atas produk Layanan Keuangan Digital (LKD), QR Code Indonesian Standard (QRIS) – Merchant Presented Mode (MPM), QRIS – Customer Presented Mode (CPM), QR Lintas Negara (QR

*Crossborder*), Direct Debit, Akun DANA Bisnis, Fitur Verifikasi Wajah, Tarik Tunai Saldo Uang Elektronik DANA melalui Mesin ATM (*Automated Teller Machine*), Standar Nasional Open API Pembayaran (SNAP), Layanan Transfer Dana dari Luar Negeri ke Wilayah Indonesia (*Inbound Crossborder Remittance*), penyelenggara *Payment Gateway Online*, Peserta Sistem BI-FAST, DANA CICIL, QRIS DANA CICIL. Aplikasi DANA tersedia secara gratis untuk iOS dan Android serta terintegrasi dengan berbagai *merchant* dan aplikasi online ternama secara *online* maupun *offline*. DANA adalah bukti bahwa Indonesia mampu membangun serta mengembangkan teknologi dan infrastruktur ekonomi digital yang selalu siap diandalkan.

DANA menggunakan keamanan berteknologi tinggi dengan perlindungan dan deteksi canggih termasuk manajemen penipuan dan deteksi robotic untuk menjaga keamanan pengguna dalam bertransaksi. Pada bulan Desember tahun 2020, DANA telah berhasil mendapatkan sertifikasi ISOP 27001 yang merupakan sebuah standar internasional dalam menerapkan sistem manajemen keamanan informasi terkait perlindungan data pelanggan. Selain itu, DANA juga telah mendapatkan sertifikasi PCI-DSS terkait dengan standar dan transaksi kartu yang aman. Tak hanya itu, DANA juga memiliki *zero data sharing policy* dan 100% jaminan uang kembali dengan program DANA *protection*. Dengan begitu, pengguna DANA terlindungi atas keamanan dana, data, dan transaksi pribadinya.

Pencapaian yang telah diperoleh DANA saat ini adalah jumlah pengguna yang telah mencapai 135 juta di seluruh Indonesia. Hal tersebut membuktikan komitmen DANA dalam mendorong keuangan digital yang inklusif melalui solusi

transaksi digital yang, aman, mudah, dan nyaman. Pencapaian ini juga menandakan semakin besarnya penerimaan masyarakat terhadap teknologi keuangan dan dompet digital sebagai solusi pemenuhan kebutuhan sehari-hari mulai dari hiburan hingga investasi jangka panjang. Selain itu, DANA juga memperluas kemitraan strategis guna mengembangkan fitur-fitur yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragam. Mitra baru yang berhasil digandeng oleh DANA antara lain BPJS Ketenagakerjaan, *Secure Parking*, dan WeTV. Tak hanya itu, DANA juga berhasil menggenapkan jumlah *merchant online*-nya menjadi total 5.000 mitra. Bahkan, DANA juga telah mengembangkan usahanya ke Thailand dan akan segera memasuki pasar Malaysia.

## **2.2 Visi dan Misi**

### **2.1.1 Visi**

Visi kami adalah menjembatani masyarakat Indonesia menuju generasi non tunai dengan tingkat literasi dan inklusi keuangan yang lebih baik.

### **2.1.2 Misi**

Misi kami adalah menghubungkan seluruh elemen dalam ekosistem ekonomi digital, mulai dari pemerintah, mitra, hingga pengguna untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia.

## **2.3 Logo Perusahaan**

Logo perusahaan merupakan simbol visual untuk merepresentasikan identitas, nilai-nilai, dan karakteristik dari suatu perusahaan. Logo perusahaan juga berperan sebagai elemen pertama yang dikenali oleh khalayak umum.



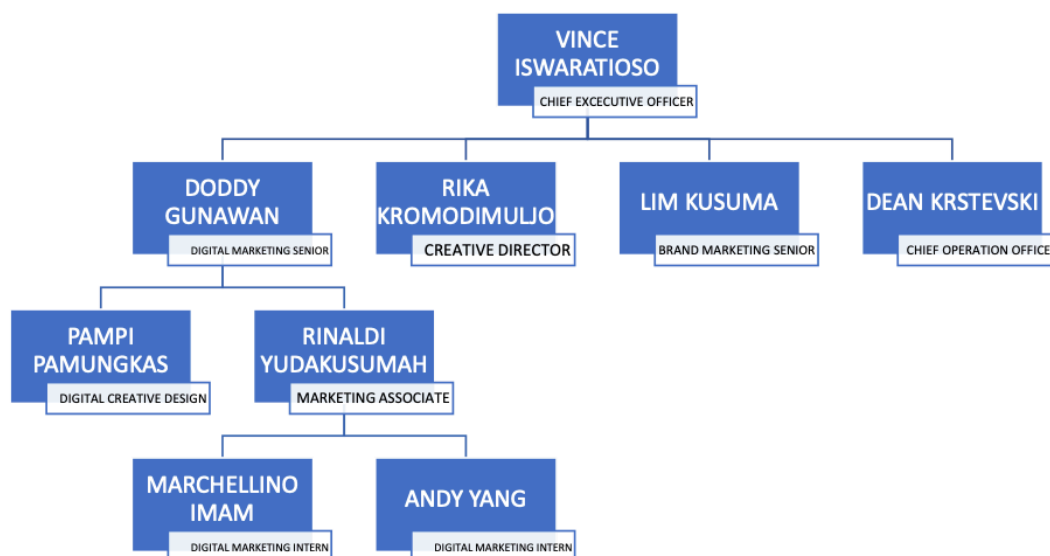
**Gambar 2.1 Logo Dompot Digital DANA**

Sumber: [www.dana.id](http://www.dana.id), 2023

Logo di atas merupakan logo dari *e-wallet* DANA. Dalam logo tersebut terdapat simbol warna putih yang dilambangkan sebagai bentuk uang didalam lingkaran berwarna biru. Warna biru melambangkan aplikasi *e-wallet* DANA yang elegan, canggih, dan unggul.

#### **2.4 Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi perusahaan merupakan kerangka kerja yang menetapkan hierarki, tanggungjawab, dan hubungan antarbagian dalam suatu entitas bisnis. Hal ini dirancang untuk mengatur dan mengkoordinasikan aktivitas organisasi sehingga dapat menciptakan aliran informasi yang efektif untuk mendukung pencapaian tujuan dan visi perusahaan. Berikut merupakan skema struktur organisasi DANA:



**Gambar 2.2 Struktur Organisasi DANA Indonesia**

Sumber: [www.dana.id](http://www.dana.id), 2023

## 2.5 Deskripsi Pekerjaan

### 1. *Chief Executive Officer (CEO)*

CEO bertanggungjawab untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi bisnis jangka panjang untuk mencapai tujuan perusahaan, membangun dan menjaga hubungan dengan seluruh *stakeholder*, mengidentifikasi potensi dan pengelolaan risiko, serta memantau kinerja keseluruhan perusahaan.

### 2. *Digital Marketing Senior*

*Digital marketing senior* bertanggungjawab untuk merancang, melaksanakan, dan mengelola strategi pemasaran digital agar berjalan sesuai dengan jadwal dan anggaran.

### 3. *Creative Director*

*Creative director* bertanggungjawab untuk merancang dan mengembangkan strategi kreatif, pengelolaan tim kreatif, memantau tren terkini, dan mendalami pemahaman terhadap pasar untuk mendukung tujuan pemasaran.

#### 4. *Brand Marketing Senior*

*Brand marketing senior* bertanggungjawab untuk mengelola dan mempromosikan aplikasi DANA untuk membangun kesadaran, citra positif dan loyalitas pengguna. Bagian ini berperan sangat penting untuk memastikan bahwa pesan pada merek DANA tersampaikan secara efektif kepada target pasar.

#### 5. *Chief Operation Officer (COO)*

COO merupakan pemimpin eksekutif tingkat tinggi yang bertanggungjawab untuk memastikan perusahaan mencapai tujuan operasional sesuai visi, misi, dan strategi yang telah ditetapkan secara efisien.

#### 6. *Digital Creative Design*

*Digital creative design* bertanggungjawab untuk menciptakan elemen-elemen desain grafis yang menarik dan efektif untuk melakukan pemasaran digital sesuai dengan identitas perusahaan.

#### 7. *Marketing Associate*

*Marketing associate* bertanggungjawab untuk memahami target pasar, tren industri, dan perilaku pengguna DANA sehingga dapat merancang strategi pemasaran yang efektif sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan.

## **2.6 Klasifikasi Pelanggan DANA**

### 1. DANA Personal

DANA Personal dibentuk khusus untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi non-tunai dan non-kartu secara digital berjalan dengan cepat, praktis, dan terjamin keamanannya.

a) *DANA Basic*

*DANA basic* merupakan akun pengguna yang belum melewati verifikasi dua langkah yakni, metode verifikasi biometrik dan verifikasi identitas.

a. Fitur

- 1) Limit penyimpanan saldo maksimal senilai Rp2.000.000,-
- 2) Hanya dapat digunakan untuk melakukan pembayaran *merchant*

b) *DANA Premium*

*DANA Premium* adalah akun pengguna yang telah melewati verifikasi dua langkah yakni, metode verifikasi biometric dan verifikasi identitas.

a. Fitur

- 1) Limit penyimpanan saldo maksimal senilai Rp10.000.000,-
- 2) Dapat melakukan berbagai transaksi mulai dari tarik tunai, kirim uang ke rekening bank, melakukan pembayaran *merchant*, membayar angsuran, listrik, dan sebagainya
- 3) Tersedia berbagai penawaran spesial dan beragam keuntungan lainnya

c) *DANA Bisnis*

*DANA Bisnis* dibentuk khusus untuk memudahkan UMKM atau jenis usaha perseorangan dalam hal pembayaran dan pengelolaan keuangan usaha. Sistem ini dibentuk agar pengusaha dapat menerima transaksi keuangan digital secara praktis, aman, dan nyaman.

a. Fitur:

1) QR Standar Indonesia (QRIS)

Pengusaha dapat menerima pembayaran melalui berbagai aplikasi pembayaran seperti *m-banking* dan *e-wallet*.

2) Fitur *Nearby*

Fitur ini dapat memudahkan pelanggan atau pengguna lain dalam mengetahui keberadaan bisnis Anda

3) Limit penyimpanan saldo bisnis mulai dari Rp5.000.000,-/bulan hingga

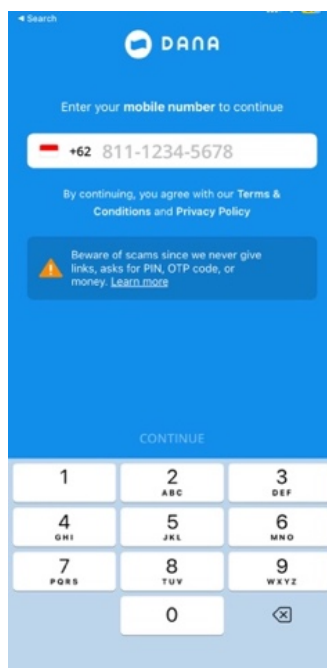
Rp200.000.000,-/bulan tergantung tingkatan akun DANA Bisnis Anda.

## **2.7 Gambaran Aplikasi DANA**

DANA menyediakan berbagai layanan pada menu pilihan yang terdapat pada menu aplikasi, sebagai berikut:

1. Registrasi dan verifikasi akun, merupakan fitur awal untuk mendaftar akun bagi pengguna baru dengan menggunakan nomor telepon. Kemudian, membuat 6 digit angka PIN untuk melakukan login.



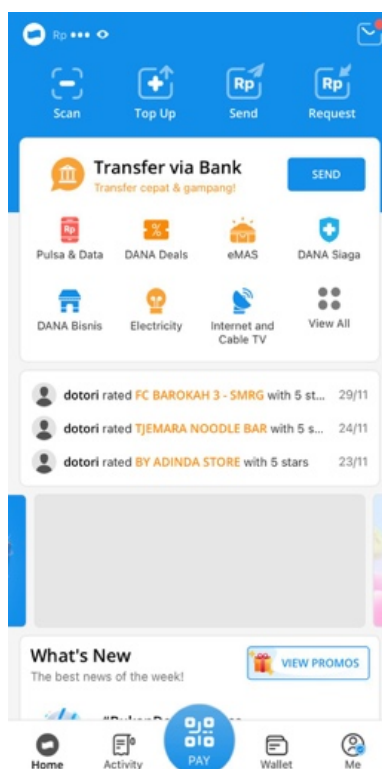


**Gambar 2.3 Halaman registrasi dan verifikasi akun DANA**

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

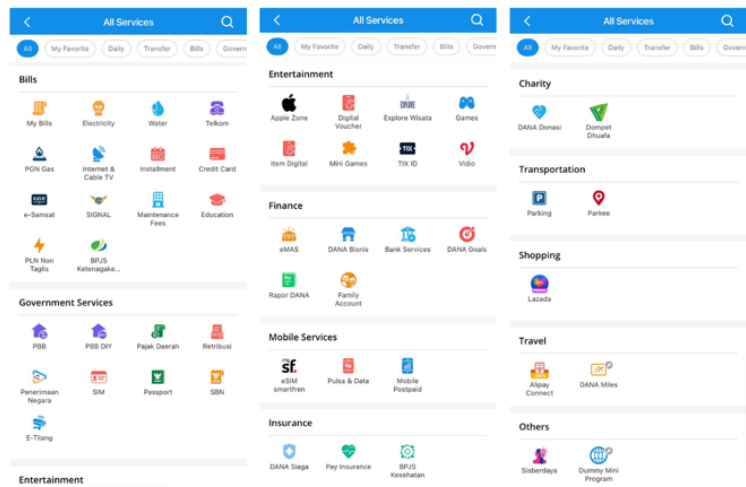
2. *Dashboard*, merupakan tampilan utama pengguna aplikasi *e-wallet* DANA. Pada menu ini terdapat beberapa fitur antara lain, scan, top up, send, dan request. Pengguna juga dapat melihat jumlah saldo, promo, diskon, atau penawaran khusus yang tersedia pada akun tersebut. Bahkan, pengguna juga dapat melihat aktivitas transaksi pengguna lain pada menu Feed.
  1. *Top up* saldo dana, digunakan untuk menambahkan uang ke akun DANA. Nantinya saldo tersebut dapat dipergunakan untuk berbagai transaksi seperti pembayaran merchant, transfer uang, pembayaran tagihan, dan sebagainya.
  2. *Send*, digunakan untuk mentransfer saldo DANA kepada pengguna lain.
  3. *Request*, digunakan untuk mengirimkan permintaan uang kepada sesama pengguna DANA.

4. *Scan*, digunakan untuk memindai QR Code yang tersedia di tempat transaksi seperti melakukan pembayaran di berbagai merchant, pembayaran tagihan, donasi, dan transfer uang.



**Gambar 2.4 Dashboard DANA**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

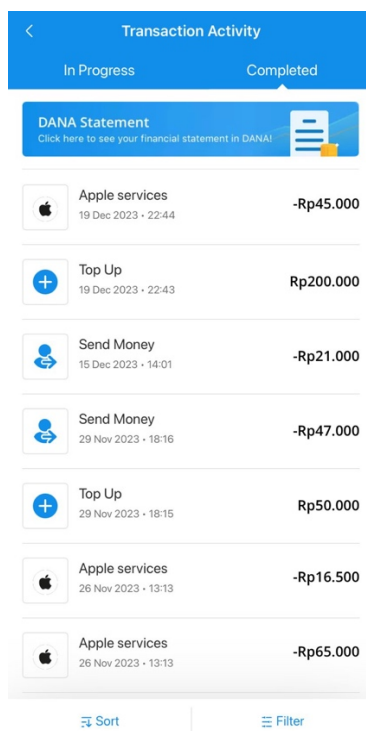
- C. *All Services* DANA, dapat dimanfaatkan dalam berbagai sektor, termasuk sektor pendidikan dengan fitur pembayaran uang SPP, kursus, dan UKT. Pada sektor sosial dapat digunakan untuk pembayaran zakat, sedekah, dan donasi kepada sejumlah lembaga yang diakui pemerintah seperti dompet dhuafa dan DANA Donasi. Pada sektor publik pengguna dapat melakukan pembayaran pajak, BPJS Ketenagakerjaan, dan PGN gas. DANA juga dapat melakukan pembayaran tagihan listrik, air, internet, pulsa, parkir, voucher game, TIX ID, tiket kereta api, tiket bis, belanja *online*, dan sebagainya.



**Gambar 2.5 Halaman All Services DANA**

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

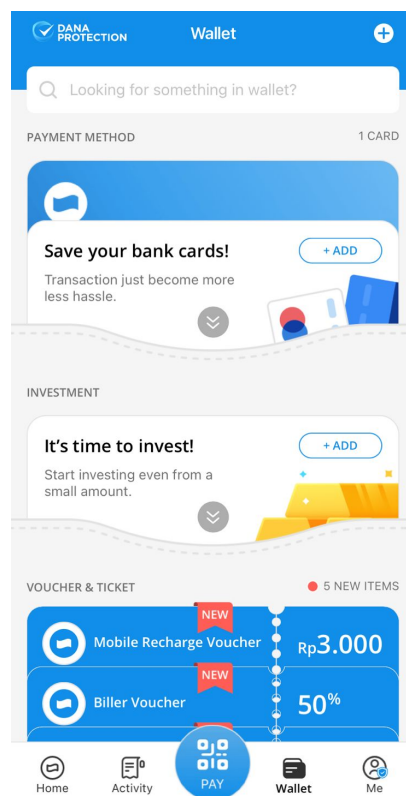
- D. Activity, menu ini berfungsi untuk melihat riwayat transaksi yang dilakukan oleh pengguna DANA seperti transfer, top up, pembayaran, dan sebagainya. Pengguna dapat melihat dengan detail dari setiap transaksi yang dilakukannya seperti nominal, waktu, dan status transaksi.



**Gambar 2.6 Halaman Activity DANA**

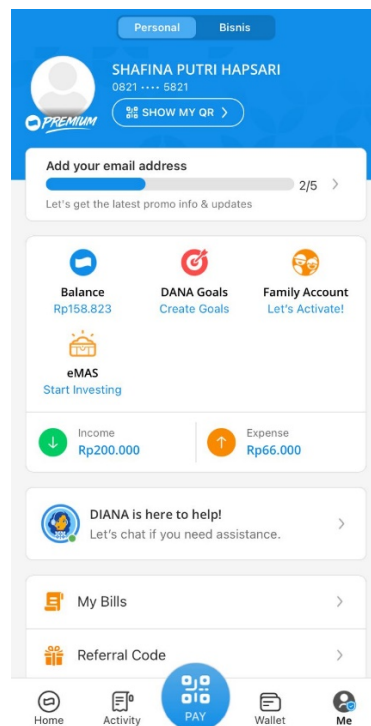
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

- E. Wallet, digunakan untuk mengelola saldo DANA. Pengguna dapat melihat saldo terkini, melakukan top up, mengajukan transfer saldo ke rekening bank, dan split bill yang memudahkan pengguna membayar tagihan bersama. Selain itu, fitur ini juga menampilkan kartu virtual DANA yang dimiliki oleh pengguna. Bahkan, pengguna juga dapat menyimpan kartu bank atau kartu identitas, melakukan investasi, mengumpulkan loyalty, dan membeli voucher.



**Gambar 2.7 Halaman Wallet DANA**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

- F. Profile, menu ini berisi data diri dan pengaturan akun DANA. Pengguna dapat memperbarui data pribadi, mengatur PIN, mengatur metode keamanan akun, dan mengajukan dana limit untuk transaksi. Menu ini juga penting untuk menjaga keamanan dan kenyamanan saat menggunakan aplikasi DANA.



**Gambar 2.8 Halaman Profile DANA**

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

## 2.8 Karakteristik Responden

Karakteristik responden disajikan untuk mengetahui latar belakang atau kondisi responden yang menjadi subjek penelitian. Karakteristik responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, rata-rata penghasilan per bulan, transaksi apa yang paling sering dilakukan menggunakan *e-wallet* DANA, dan *e-wallet* apa saja yang digunakan selain DANA. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 97 orang yang pernah bertransaksi menggunakan DANA minimal satu (1) kali yang berdomisili di Kota Semarang.

Proses pengumpulan data responden dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung di beberapa *merchant* yang bekerja sama dengan DANA

seperti Fore, Alfamart, dan Alfamidi yang berada di Kota Semarang. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki tingkat kunjungan yang tinggi sehingga diharapkan dapat memberikan representatif yang baik dari pengguna DANA. Proses penyebaran kuesioner ini berlangsung selama dua minggu pada bulan Januari 2024. Berdasarkan data yang berhasil terhimpun dari responden, berikut merupakan penjabaran lebih lanjut:

### 2.8.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin digunakan untuk melihat perbandingan antara jumlah total laki-laki dan perempuan yang menggunakan DANA di Kota Semarang.

**Tabel 2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
1	Perempuan	59	60,8
2	Laki-laki	38	39,2
<b>TOTAL</b>		<b>97</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 59 orang (61%) dan sisanya merupakan laki-laki sebanyak 38 orang (39%). Hal ini terjadi karena perempuan lebih sering berbelanja dan *e-wallet* adalah metode pembayaran yang mudah digunakan, nyaman, dan cepat.

### 2.8.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah individu pengguna DANA yang berdomisili di Kota Semarang. Wilayah tersebut merupakan tempat peneliti melakukan penelitian. Pengelompokan domisili dilakukan berdasarkan sistem pembagian wilayah Kota Semarang yang terdiri atas enam belas (16) kecamatan.

**Tabel 2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili**

No	Kecamatan di Kota Semarang	Frekuensi	Persentase(%)
1.	Tembalang	33	34,0
2.	Banyumanik	14	14,4
3.	Semarang Tengah	9	9,3
4.	Gunungpati	7	7,2
5.	Semarang Selatan	6	6,2
6.	Ngaliyan	5	5,2
7.	Tugu	5	5,2
8.	Pedurungan	3	3,1
9.	Semarang Barat	3	3,1
10.	Candisari	2	2,1
11.	Gajahmungkur	2	2,1
12.	Mijen	2	2,1
13.	Semarang Timur	2	2,1
14.	Semarang Utara	2	2,1
15.	Gayamsari	1	1,0
16.	Genuk	1	1,0
	<b>TOTAL</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini bertempat tinggal di Kecamatan Tembalang sebanyak 33 orang (34%). Kemudian Kecamatan Banyumanik sebanyak 14 orang (14,4%), diikuti oleh Kecamatan Semarang Tengah sebanyak 9 orang (9,3%), Kecamatan Semarang Selatan sebanyak 6 orang (6,2%), Kecamatan Ngaliyan sebanyak 5 orang (5,2%), dan Kecamatan Tugu sebanyak 5 orang (5,2%). Sedangkan, jumlah terendah terdapat pada Kecamatan Gayamsari sebanyak 1 orang (1%) dan Genuk sebanyak 1 orang (1%). Hal tersebut terjadi karena mayoritas responden yang bertempat tinggal di Kecamatan Tembalang merupakan mahasiswa yang memiliki mobilitas yang tinggi sehingga adanya *e-wallet* memudahkan mereka melakukan transaksi secara cepat. Selain itu, sudah banyak pelaku usaha yang bekerjasama untuk mengintegrasikan sistem pembayaran menggunakan *e-wallet* DANA.



### 2.8.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia mendefinisikan tingkat kedewasaan yang menjadi salah satu karakteristik responden. Masing-masing mempunyai tingkat kematangan yang berbeda-beda yang dapat mempengaruhi proses berpikir seperti menentukan pilihan menjadi kebutuhan.

**Tabel 2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase(%)
1.	17 – 19 tahun	9	9,3
2.	20 – 22 tahun	47	48,5
3.	23 – 25 tahun	26	26,8
4.	26 – 28 tahun	8	8,2
5.	29 – 31 tahun	3	3,1
6.	32 – 34 tahun	2	2,1
7.	35 – 37 tahun	2	2,1
<b>TOTAL</b>		<b>97</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 20 – 22 tahun sebanyak 47 orang (48,5%). Kemudian, kelompok usia 23 – 25 tahun sebanyak 26 orang (26,8%), diikuti oleh kelompok usia 17 – 19 tahun sebanyak 9 orang (9,3%), dan kelompok usia 26 – 28 tahun sebanyak 8 orang (8,2%). Hal tersebut terjadi karena mereka cenderung tumbuh di era teknologi yang maju sehingga lebih mudah beradaptasi dengan teknologi. Di tengah mobilitas yang padat, mereka juga tidak perlu membawa uang fisik.

### 2.8.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap cara berpikir dan gaya hidup seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang maka

semakin tinggi pengetahuan dan pengalaman untuk menentukan pilihan menjadi kebutuhan.

**Tabel 2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase(%)
1.	SMA/Sederajat	49	50,5
2.	Sarjana	31	32,0
3.	Diploma	13	13,4
4.	Pascasarjana	4	4,1
<b>TOTAL</b>		<b>97</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas pendidikan terakhir yang ditempuh responden pada penelitian ini merupakan tamatan SMA/Sederajat sebanyak 49 orang (50,5%). Kemudian, tamatan Sarjana sebanyak 31 orang (32%). Diikuti oleh tamatan Diploma sebanyak 13 orang (13,4%). Sisanya merupakan tamatan Pascasarjana sebanyak 4 orang (4,1%). Hal tersebut terjadi karena tamatan SMA/Sederajat lebih mudah menerima inovasi teknologi *e-wallet*. Mereka juga seringkali mendapatkan pendidikan formal atau informal tentang teknologi sehingga cenderung memiliki gaya hidup serba digital yang memungkinkan mereka melakukan transaksi secara cepat dan efisien.

### **2.8.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jenis pekerjaan akan mempengaruhi aktivitas seseorang, gaya hidup, kehidupan ekonomi, dan sosial seseorang dalam menentukan preferensi produk yang tepat sebelum melakukan pembelian.

**Tabel 2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase(%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	47	48,5
2.	Karyawan Swasta	33	34,0
3.	Karyawan BUMN	9	9,3
4.	Pengusaha	3	3,1
5.	TNI/Polri/PNS	3	3,1
6.	Ibu Rumah Tangga	2	2,1
<b>TOTAL</b>		<b>97</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden merupakan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 47 orang (48,5%). Mayoritas kedua merupakan karyawan swasta sebanyak 33 orang (34%). Kemudian, karyawan BUMN dengan persentase 9,3%, pengusaha 3,1%, TNI/Polri/PNS 3,1%, dan Ibu Rumah Tangga 2,1%. Hal ini menandakan bahwa terdapat kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi serta berbagai promo menarik bagi pelajar/mahasiswa.

### 2.8.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan per bulan dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menggunakan sebuah *e-wallet* untuk bertransaksi.

**Tabel 2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan**

No	Penghasilan per Bulan	Frekuensi	Persentase(%)
1.	Rp1.000.000 – Rp3.000.000	41	42,3
2.	Rp4.000.000 – Rp6.000.000	27	27,8
3.	Rp7.000.000 – Rp9.000.000	16	16,5
4.	Rp10.000.000 – Rp12.000.000	3	3,1
5.	Rp13.000.000 – Rp15.000.000	4	4,1
6.	Rp16.000.000 – Rp18.000.000	3	3,1
7.	Rp19.000.000 – Rp21.000.000	3	3,1
<b>TOTAL</b>		<b>97</b>	<b>100</b>

Sumber; Data primer yang telah diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki penghasilan per bulan sebesar Rp1.000.000 – Rp3.000.000 dengan

persentase 42,3% sedangkan persentase terendah 3,1% memiliki penghasilan per bulan sebesar Rp19.000.000 – Rp21.000.000. Hal tersebut terjadi karena *e-wallet* DANA menawarkan banyak program promosi, diskon, *cashback*, atau loyalitas untuk menghemat dan mendapatkan keuntungan lebih. Selain itu, *e-wallet* DANA juga memungkinkan penggunanya untuk *top up* saldo dengan nominal yang rendah dan adanya program 10x bebas biaya admin untuk transfer bank perbulannya.

### 2.8.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi yang Paling Sering Dilakukan Menggunakan *E-Wallet* DANA

Pengguna DANA di Kota Semarang tentunya berasal dari berbagai lapisan masyarakat mulai dari lapisan ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, dan demografis yang berbeda-beda. Adanya keberagaman tersebut membuat mereka cenderung memanfaatkan berbagai layanan yang tersedia pada DANA sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing individu.

**Tabel 2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi yang Paling Sering Dilakukan Menggunakan *E-Wallet* DANA**

No	Jenis Transaksi	Frekuensi	Persentase(%)
1.	QRIS	44	45,4
2.	Transfer Uang	37	38,1
3.	Pembelian pulsa, token listrik, paket	13	13,4
4.	Pembayaran tagihan	3	3,1
<b>TOTAL</b>		<b>97</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menggunakan *e-wallet* DANA untuk melakukan transaksi QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang merupakan metode pembayaran elektronik yang menggunakan teknologi kode QR untuk melakukan transaksi keuangan dengan persentase 45,4%. Kemudian, terdapat jenis transaksi pembayaran tagihan dengan

persentase terendah sebesar 3,1%. Hal ini terjadi karena banyaknya pelaku usaha yang telah mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran standar dan proses transaksinya lebih cepat.

### 2.8.8 Karakteristik Responden Berdasarkan *E-Wallet* yang Paling Sering Digunakan Selain DANA

*E-Wallet* saat ini telah menjadi bagian penting yang tidak dapat terpisahkan dari aktivitas transaksi sehari-hari karena menyediakan solusi pembayaran yang cepat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat karakteristik responden berdasarkan *e-wallet* yang mereka pilih selain DANA.

**Tabel 2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan *E-Wallet* yang Paling Sering Digunakan Selain DANA**

No	Jenis <i>E-Wallet</i>	Frekuensi	Persentase(%)
1.	Shopeepay	54	55,7
2.	Gopay	27	27,8
3.	OVO	14	14,4
4.	LinkAja	2	2,1
	<b>TOTAL</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa *e-wallet* yang paling sering digunakan selain DANA pada peringkat pertama dengan persentase 55,7% diraih oleh Shopeepay. Kemudian, diikuti oleh Gopay dengan persentase 27,8%, Ovo 14,4%, dan LinkAja 2,1%. Hal tersebut terjadi karena ShopeePay menawarkan program *cashback* dan *reward* yang dapat memberikan keuntungan tambahan pada pengguna. ShopeePay juga terintegrasi langsung dengan platform *e-commerce* Shopee sehingga pengguna yang sering berbelanja di Shopee akan lebih mudah dan nyaman ketika menggunakan ShopeePay untuk melakukan pembayaran, proses *checkout* lebih cepat dan mendapatkan gratis ongkir.

## 2.9 Hasil Cross Tabulasi

Cross tabulasi atau yang dikenal sebagai tabulasi silang merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengkombinasikan nilai-nilai berdasarkan data yang sudah dikumpulkan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi perbandingan antara penghasilan dengan pekerjaan, transaksi, dan *e-wallet* yang sering digunakan. Perbandingan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.9 Hasil Cross Tabulasi antara Penghasilan, Pekerjaan, Transaksi, dan E-Wallet yang sering digunakan**

PERHITUNGAN TABULASI SILANG							
Pekerjaan	Pekerjaan						Total
	Pelajar/ Mahasiswa	Karyawan BUMN	Karyawan Swasta	Pengusaha	Ibu Rumah Tangga	TNI/ Polri /PNS	
Penghasilan							
Rp1jt – Rp3jt	38	0	3	0	0	0	41
Rp4jt – Rp6jt	8	0	17	1	0	1	27
Rp7jt – Rp9jt	1	2	11	0	0	2	16
Rp10jt – Rp12jt	0	2	1	0	0	0	3
Rp13jt – Rp15jt	0	1	1	2	0	0	4
Rp16jt – Rp18jt	0	3	0	0	0	0	3
Rp19jt – Rp21jt	0	1	0	0	2	0	3
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>9</b>	<b>33</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>97</b>
Transaksi	Transaksi					Total	
	Transfer Uang	Pembelian pulsa, token listrik, paket	QRIS	Pembayaran Tagihan			
Penghasilan							
Rp1jt – Rp3jt	17	3	21	0		41	
Rp4jt – Rp6jt	11	5	10	1		27	
Rp7jt – Rp9jt	4	4	7	1		16	
Rp10jt – Rp12jt	1	1	0	1		3	
Rp13jt – Rp15jt	1	0	3	0		4	
Rp16jt – Rp18jt	2	0	1	0		3	
Rp19jt – Rp21jt	1	0	2	0		3	
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>13</b>	<b>44</b>	<b>3</b>		<b>97</b>	
E-Wallet	E-Wallet				Total		
	ShopeePay	OVO	GoPay	LinkAja			
Penghasilan							
Rp1jt – Rp3jt	24	5	12	0	41		
Rp4jt – Rp6jt	17	3	6	1	27		
Rp7jt – Rp9jt	6	5	4	1	16		
Rp10jt – Rp12jt	2	0	1	0	3		
Rp13jt – Rp15jt	2	0	2	0	4		
Rp16jt – Rp18jt	1	0	2	0	3		
Rp19jt – Rp21jt	2	1	0	0	3		
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>14</b>	<b>27</b>	<b>2</b>	<b>97</b>		

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2024