



JURNAL EKSOPODA

Journal of Interdisipliner

ANALISIS PERTUMBUHAN PENGGUNA *E-WALLET* TERHADAP NILAI TRANSAKSI *E-COMMERCE* DI INDONESIA PERIODE TAHUN 2021-2023



Indriastuti Tri Lestari Anwar

Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Nofilia

Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Sri Mulkhia

Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar, Indonesia

A Fadel Muhammad

Ilmu Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran, Indonesia

Indriastuti1702@gmail.com

Abstrak :

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana peningkatan jumlah pengguna *e-wallet* berpengaruh terhadap nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia dalam rentang waktu 2021 hingga 2023. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh percepatan digitalisasi sistem pembayaran setelah pandemi, yang memicu pergeseran perilaku masyarakat ke arah penggunaan metode transaksi berbasis digital, khususnya *e-wallet*. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini mengandalkan data sekunder dari sumber terpercaya seperti laporan Bank Indonesia, publikasi media nasional, serta studi internasional, dan diperkuat dengan wawancara semi-terstruktur bersama mahasiswa sebagai representasi pengguna aktif. Temuan menunjukkan lonjakan penggunaan *e-wallet* dari sekitar 40% pada tahun 2021 menjadi 92% pada tahun 2023. Di sisi lain, nilai transaksi *e-commerce* naik dari Rp401 triliun pada 2021 ke Rp476,3 triliun pada 2022, namun mengalami penurunan menjadi Rp453,75 triliun di tahun berikutnya. Meskipun jumlah pengguna meningkat, hal ini tidak selalu berbanding lurus dengan pertumbuhan nilai transaksi *e-commerce*, karena *e-wallet* juga banyak digunakan untuk transaksi lain di luar belanja *online*. Kesimpulannya, *e-wallet* memainkan peranan strategis dalam memperkuat ekosistem digital nasional. Oleh karena itu, strategi pengembangan layanan keuangan digital perlu diarahkan untuk menjangkau berbagai sektor, disertai dengan kebijakan yang mendukung perluasan akses dan inklusi keuangan secara menyeluruh.

Katakunci : *E-wallet*, *E-commerce*, Ekonomi Digital, Transaksi Digital, Inklusi Keuangan



A. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya di bidang ekonomi dan keuangan. Salah satu bentuk inovasi yang mencolok dari kemajuan ini adalah hadirnya sistem pembayaran elektronik yang dikenal sebagai *e-wallet* atau dompet digital. *E-wallet* adalah alat pembayaran modern yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi dengan cepat, mudah, dan aman menggunakan perangkat digital seperti ponsel pintar. Peran *e-wallet* semakin penting selama masa pandemi COVID-19, ketika masyarakat didorong untuk mengurangi kontak fisik dalam aktivitas sehari-hari.

Sejalan dengan meningkatnya penggunaan *e-wallet*, sektor *e-commerce* juga mengalami pertumbuhan yang pesat. *E-commerce* menawarkan kemudahan seperti fleksibilitas dalam berbelanja, penghematan waktu, dan berbagai promosi menarik, yang membuatnya semakin digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Sinergi antara kemudahan akses belanja daring dan kemudahan pembayaran melalui *e-wallet* telah mendorong perubahan perilaku konsumsi dari transaksi konvensional ke arah transaksi digital. Berdasarkan berbagai sumber resmi, tingkat penggunaan *e-wallet* di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat secara signifikan dalam tiga tahun terakhir. Data tersebut mencerminkan bahwa adopsi dompet digital telah meluas ke hampir seluruh segmen masyarakat.

Peningkatan penggunaan *e-wallet* yang terjadi secara konsisten mencerminkan bahwa dompet digital telah menjadi elemen krusial dalam membentuk gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin terdigitalisasi. Dengan angka adopsi yang hampir mencapai 100% pada tahun 2023, dapat disimpulkan bahwa mayoritas transaksi digital saat ini dilakukan melalui *e-wallet* sebagai metode pembayaran utama.

Tren ini memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan nilai transaksi di sektor *e-commerce* yang terus menunjukkan peningkatan. Sejumlah penelitian sebelumnya menguatkan adanya korelasi positif dan signifikan antara meningkatnya jumlah pengguna *e-wallet* dengan kenaikan nilai transaksi dalam *e-commerce*. Studi oleh Asikin & Aditiarno (2023) mengungkap bahwa penggunaan *e-wallet* turut mendorong peningkatan frekuensi pembelian pada platform seperti Shopee. Temuan serupa disampaikan oleh Rachmawati & Sumarjiyanto (2022), yang mencatat bahwa kemudahan pembayaran non-tunai berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa selama masa pandemi. Julianda (2024) menambahkan bahwa *e-wallet* memicu kebiasaan belanja daring secara impulsif, khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Jambi. Sementara itu, Wahyudiani & Putri (2024) menemukan bahwa fitur promosi seperti *cashback* dan diskon dari layanan *e-wallet* turut memengaruhi kecenderungan konsumtif masyarakat di Surabaya. Dari perspektif pelaku usaha, Mahmud et al. (2023) mencatat bahwa *e-wallet* tidak hanya meningkatkan nilai transaksi, tetapi juga

membantu pelaku UMKM di Makassar dalam mengelola keuangan secara lebih efisien. Dalam era pasca-pandemi yang ditandai oleh dominasi teknologi digital, kajian semacam ini menjadi semakin relevan dan mendesak untuk dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis empiris terkait hubungan antara peningkatan jumlah pengguna *e-wallet* dan pertumbuhan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia dalam periode tersebut. Temuan dari studi ini diharapkan dapat memperkaya khasanah literatur ilmiah, sekaligus menjadi referensi strategis bagi penyusunan kebijakan publik dan pengembangan strategi bisnis digital yang inklusif dan berkelanjutan seiring kemajuan ekonomi digital nasional.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam fenomena sosial-ekonomi terkait pengaruh pertumbuhan pengguna *e-wallet* terhadap nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran kontekstual dan menyeluruh atas realitas yang terjadi di lapangan, sesuai dengan pandangan Moleong (2017) bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena secara holistik, bukan sekadar mengukur hubungan antar variabel secara kuantitatif.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer kualitatif. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan dokumentasi dari berbagai sumber terpercaya seperti laporan Bank Indonesia, publikasi media seperti *Antara News* dan *Warta Ekonomi*, serta laporan studi dari lembaga internasional seperti *Visa Consumer Payment Attitudes*. Selain itu, peneliti juga menelaah artikel ilmiah dan laporan riset terdahulu sebagai dasar pengembangan analisis, sebagaimana dikemukakan oleh Bowen (2009) bahwa analisis dokumen merupakan salah satu metode penting dalam penelitian kualitatif.

Untuk memperkaya data dan memperoleh wawasan langsung dari pengguna, penelitian ini juga melibatkan sesi wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan mahasiswa sebagai responden. Pemilihan mahasiswa didasarkan pada temuan Julianda (2024) yang menyebutkan bahwa generasi muda, khususnya mahasiswa, merupakan pengguna aktif *e-wallet* karena kemudahan, efisiensi, dan gaya hidup digital yang melekat. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar tetap fokus namun fleksibel dalam menggali pandangan responden terhadap penggunaan *e-wallet* dan pengaruhnya terhadap pola konsumsi.

Salah satu responden dari Universitas Indonesia menyatakan bahwa, “*E-wallet sangat membantu dalam aktivitas belanja online karena lebih praktis dan sering ada promo. Saya jadi lebih sering checkout barang, terutama saat flash sale.*”

Responden lain dari Mahasiswa Universitas Negeri Makassar: “*E-wallet memudahkan pembayaran, tapi bikin boros karena sering jajan online tanpa terasa.*”

Sementara itu, mahasiswa dari Universitas Udayana Mahasiswa Universitas Udayana: “*Awalnya untuk ojek online, sekarang hampir semua transaksi pakai e-wallet karena praktis dan banyak promo.*”

Analisis data dilakukan melalui pendekatan analisis isi (*content analysis*), sebagaimana dijelaskan oleh Krippendorff (2018), yang menafsirkan makna dari dokumen dan teks wawancara secara sistematis. Tahapan analisis mengikuti model Miles dan Huberman (1994) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Melalui metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai dinamika integrasi *e-wallet* dan *e-commerce* dalam membentuk perilaku konsumsi digital masyarakat Indonesia.

C. Hasil Penelitian

Hasil Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai dinamika pertumbuhan pengguna *e-wallet*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan selama periode 2021 hingga 2023. Pada tahun 2021, pengguna *e-wallet* tercatat sekitar 40%, kemudian melonjak menjadi 84% pada tahun 2022, dan mencapai 92% pada tahun 2023. Peningkatan ini mencerminkan semakin luasnya adopsi dompet digital di kalangan masyarakat. Di sisi lain, nilai transaksi *e-commerce* menunjukkan tren naik dari Rp401 triliun pada 2021 menjadi Rp476,3 triliun pada 2022, namun sedikit menurun menjadi Rp453,75 triliun pada tahun 2023 berdasarkan data Bank Indonesia. Data ini mencerminkan perkembangan pesat transaksi digital di Indonesia, baik dari sisi pengguna maupun perputaran nilai ekonomi dalam sektor *e-commerce*. Berikut tabel I tentang perkembangan pengguna *e-wallet* di Indonesia (2021-2023) dan tabel II tentang perkembangan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia (2021-2023).

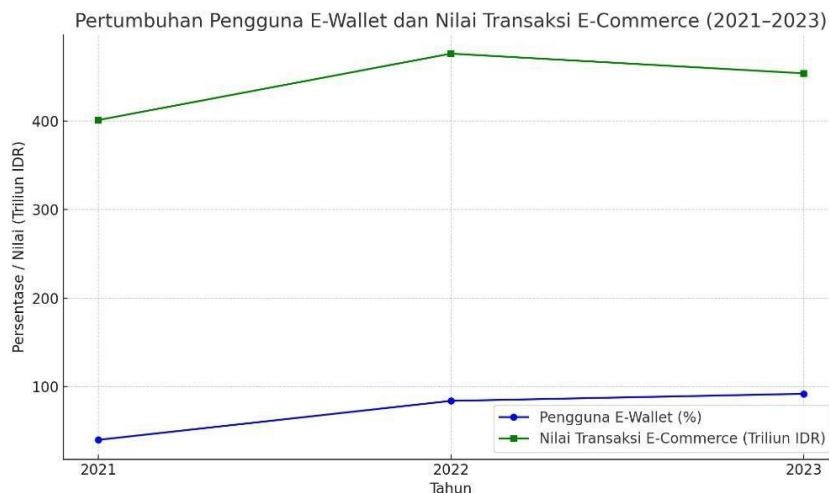
Tabel I. Perkembangan Pengguna *E-wallet* di Indonesia (2021-2023)

Tahun	Persentase Pengguna <i>E-wallet</i>	Keterangan	Sumber
2021	±40%	Penggunaan meningkat pesat akibat digitalisasi saat pandemi	Warta Ekonomi (2021)
2022	84%	Mayoritas masyarakat mulai mengandalkan dompet digital	Antara News (2023)
2023	92%	Penggunaan <i>e-wallet</i> mencapai puncaknya, hampir seluruh populasi	Visa Consumer Payment Attitudes Study, Antara (2023)

Tabel II. Perkembangan Nilai Transaksi *E-commerce* (2021–2023)

Tahun	Nilai Transaksi E-Commerce (Triliun IDR)	Keterangan	Sumber
2021	401,0	sekitar 40% pengguna digital aktif yang mengakses <i>e-wallet</i> , nilai transaksi <i>e-commerce</i> Indonesia mencapai Rp401 triliun	Bank Indonesia (2021)
2022	476,3	penggunaan <i>e-wallet</i> melonjak menjadi 84%, Peningkatan pengguna ini berdampak pada nilai transaksi <i>e-commerce</i> yang naik menjadi Rp476,3 triliun,	Bank Indonesia (2022)
2023	453,75	Pada tahun 2022 nilai transaksi <i>e-commerce</i> sebesar Rp476, namun sedikit menurun menjadi Rp453,75 triliun pada 2023	Bank Indonesia (2023)

Grafik Pertumbuhan Pengguna *E-wallet* dan Nilai Transaksi *E-commerce* di Indonesia (2021–2023) Menampilkan tren peningkatan persentase pengguna *e-wallet* dan dinamika nilai transaksi *e-commerce* selamataigatahunerakhirberdasarkan datadarisumber resmi.



Gambar I. Pertumbuhan Pengguna *E-wallet* dan Nilai Transaksi *E-commerce* di Indonesia (2021–2023)

Gambar I tersebut menunjukkan grafik pertumbuhan pengguna *e-wallet* dan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia selama periode 2021 hingga 2023. Garis biru menggambarkan peningkatan persentase pengguna *e-wallet*, yang naik dari sekitar 40% pada 2021 menjadi 92% pada 2023. Sementara itu, garis hijau menunjukkan nilai transaksi *e-commerce* yang meningkat dari Rp401 triliun pada 2021 menjadi Rp476,3 triliun pada 2022, namun sedikit menurun menjadi Rp453,75 triliun pada tahun 2023. Grafik ini mencerminkan bahwa meskipun adopsi *e-wallet* terus meningkat, nilai transaksi *e-commerce* mengalami fluktuasi.

D. Pembahasan

Berdasarkan data sekunder di atas, dapat diinterpretasikan bahwa pada tahun 2021, penggunaan *e-wallet* masih terbatas pada kelompok masyarakat tertentu, terutama mereka yang terbiasa bertransaksi secara digital sejak awal. Namun, situasi pandemi COVID-19 mempercepat digitalisasi dan mendorong lebih banyak masyarakat mulai beralih ke metode pembayarannontunai.

1. Analisis Penyebab Pertumbuhan Pengguna *E-wallet*

Pertumbuhan eksponensial penggunaan *e-wallet* di Indonesia selama periode 2021–2023 tidak bisa dilepaskan dari dinamika sosial, ekonomi, teknologi, dan kebijakan publik yang saling mendukung. Salah satu faktor pemicu utamanya adalah perubahan perilaku konsumen yang terjadi akibat pandemi COVID-19. Pada masa pandemi, pemerintah memberlakukan berbagai pembatasan aktivitas sosial seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan anjuran menjaga jarak fisik (*physical distancing*). Kondisi ini mempercepat transformasi digital di sektor pembayaran karena masyarakat harus mencari metode transaksi yang aman, cepat, dan minim kontak fisik. Dalam konteks ini, *e-wallet* muncul sebagai solusi pembayaran yang ideal, karena mampu memfasilitasi transaksi non-tunaisecarapraktishanya melaluiperangkat *smartphone* (Bank Indonesia, 2020).

Tidak hanya itu, perkembangan teknologi komunikasi juga menjadi katalis penting dalam adopsi *e-wallet* secara luas. Penetrasi *smartphone* di Indonesia yang mencapai lebih dari 70% pada tahun 2023 (Badan Pusat Statistik, 2023), serta peningkatan infrastruktur jaringan internet berkecepatan tinggi, memungkinkan masyarakat dari berbagai latar belakang sosial-ekonomi untuk mengakses layanan keuangan digital dengan lebih mudah. Kemudahan dalam mengunduh aplikasi *e-wallet* melalui *app store* dan integrasi *e-wallet* dengan berbagai layanan – mulai dari *e-commerce*, transportasi daring (*ride-hailing*), pembayarantagihan, pembelianpulsa, layanan kesehatan, hingga kegiatan donasi –

menjadikan *e-wallet* sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat urban maupun rural (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022).

Dari sisi kebijakan, dukungan regulasi yang konsisten dari pemerintah juga mempercepat pertumbuhan penggunaan *e-wallet*. Salah satu inisiatif utama adalah peluncuran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) oleh Bank Indonesia pada tahun 2019, yang bertujuan untuk menyatukan berbagai metode pembayaran berbasis QR code menjadi satu standar nasional. QRIS dirancang untuk menciptakan sistem pembayaran yang memenuhi prinsip 5MU (Mudah, Murah, Aman, Andal, dan Cepat), serta mendorong efisiensi ekonomi melalui digitalisasi pembayaran di sektor UMKM, pasar tradisional, hingga tempat ibadah (Bank Indonesia, 2020). Implementasi QRIS yang masif telah membuka akses pembayar digital bagi jutaan usaha kecil di seluruh Indonesia.

Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui berbagai program literasi dan edukasi keuangan digital aktif meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi. Berdasarkan laporan OJK (2023), indeks inklusi keuangan nasional meningkat dari 76,19% pada 2019 menjadi lebih dari 80% pada 2023, dengan kontribusi besar dari layanan keuangan digital seperti *e-wallet*. Program seperti *Fintech Days*, *Satu Rekening Satu Pelajar*, dan sosialisasi keamanan transaksi digital merupakan langkah nyata yang dilakukan untuk memperluas penggunaan pembayaran elektronik di kalangan masyarakat.

Pemerintah Indonesia juga menegaskan komitmennya melalui agenda nasional "Gerakan Nasional Non-Tunai" (GNNT) dan peta jalan "Indonesia Digital Roadmap 2021–2024" yang dirancang untuk mempercepat adopsi transformasi digital di sektor-sektor strategis, termasuk keuangan digital. Roadmap ini menargetkan pengembangan ekosistem digital inklusif dengan fokus pada konektivitas, sumber daya manusia digital, infrastruktur digital dan regulasi adaptif (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022). Seiring dengan itu, inisiatif QRIS diharapkan dapat memperluas digitalisasi hingga ke wilayah tertinggal, terdepan, dan terluar (3T), memastikan bahwa pembayaran digital menjadi pilihan yang tersedia di seluruh lapisan masyarakat (Indonesia.go.id, 2024).

Dengan demikian, kombinasi antara perubahan perilaku konsumen akibat pandemi, kemudahan akses berkat teknologi, serta dukungan regulasi dari pemerintah dan otoritas keuangan, menjadi faktor kunci dalam mendorong adopsi *e-wallet* secara masif di Indonesia. Fenomena ini sekaligus menunjukkan bagaimana inovasi teknologi keuangan (*fintech*) berhasil mempercepat inklusi keuangan nasional dan membentuk budaya baru dalam transaksi ekonomi masyarakat Indonesia.

2. Hubungan antara Pertumbuhan *E-wallet* dan Transaksi *E-commerce*

Hubungan antara pertumbuhan pengguna *e-wallet* dan perkembangan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia pada periode 2021–2023 menunjukkan pola yang menarik dan dinamis. Pada fase awal, yaitu tahun 2021 hingga 2022, peningkatan jumlah pengguna *e-wallet* berbanding lurus dengan kenaikan nilai transaksi *e-commerce*. Tren ini dipicu oleh masifnya penetrasi layanan *e-wallet* ke dalam *platform e-commerce* besar di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak, yang gencar menawarkan berbagai insentif berupa *cashback*, potongan harga, hingga bebas biaya pengiriman (*free shipping*) bagi pengguna yang melakukan pembayaran melalui dompet digital (Google, Temasek, & Bain & Company, 2023). Strategi pemasaran berbasis promosi ini mendorong tingginya frekuensi pembelian konsumen di *platform e-commerce*, sehingga menyebabkan lonjakan nilai transaksi digital.

Data Bank Indonesia (2022) menunjukkan bahwa nilai transaksi *e-commerce* meningkat dari Rp401 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp476,3 triliun pada tahun 2022, sejalan dengan pertumbuhan adopsi *e-wallet* yang meluas hingga mencapai lebih dari 84% pengguna internet di Indonesia. Integrasi *e-wallet* sebagai metode pembayaran utama di *e-commerce* tidak hanya meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berbelanja, tetapi juga mempercepat proses *checkout*, mengurangi tingkat pembatalan transaksi (*cart abandonment*), dan mendorong perilaku belanja impulsif, terutama di kalangan generasi mudayang mendominasi pengguna *e-commerce* (Asikin & Aditiarno, 2023).

Namun, dinamika ini mengalami perubahan signifikan pada tahun 2023. Meskipun tingkat adopsi *e-wallet* terus meningkat dan mencapai sekitar 92% pengguna digital aktif (Visa, 2023), nilai transaksi *e-commerce* justru mengalami penurunan menjadi Rp453,75 triliun (Bank Indonesia, 2023). Fenomena ini dapat dijelaskan melalui beberapa faktor kunci. Pertama, terjadi diversifikasi penggunaan *e-wallet*. Masyarakat tidak lagi hanya memanfaatkan dompet digital untuk berbelanja daring, melainkan juga untuk transaksi harian lainnya, seperti pembayaran layanan transportasi *online* (Gojek, Grab), pemesanan makanan melalui aplikasi (*food delivery*), pembayaran tagihan listrik, air, telepon, hingga transaksi donasi sosial (Statista, 2024). Diversifikasi ini menggeser sebagian besar volume transaksi digital dari sektor *e-commerce* ke sektor jasa dan utilitas harian.

Kedua, penurunan daya beli masyarakat pasca-pandemi turut berkontribusi terhadap berkurangnya nilai transaksi *e-commerce*. Faktor eksternal seperti inflasi global, kenaikan harga kebutuhan pokok, serta ketidakpastian ekonomi global mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat yang menjadi lebih selektif dan konservatif dalam membelanjakan uangnya (PwC Indonesia, 2023). Konsumen lebih mengutamakan pengeluaran untuk kebutuhan pokok dibandingkan dengan belanja produk non-esensial di *platform e-commerce*.

Ketiga, berkurangnya intensitas promosi dari *platform e-commerce* juga menjadi faktor signifikan. Pada masa awal pandemi hingga 2022, banyak *platform* yang menawarkan subsidi besardalambentuk *cashback*, diskon, dangratisongkiruntuk

mendorong transaksi. Namun, seiring dengan membaiknya mobilitas masyarakat dan meningkatnya beban operasional *platform*, intensitas promosi tersebut dikurangi pada 2023, sehingga insentif untuk berbelanja secara impulsif melalui *e-commerce* juga menurun (Google, Temasek, & Bain & Company, 2023).

Dengan demikian, meskipun penggunaan *e-wallet* mengalami pertumbuhan yang sangat positif, nilai transaksi *e-commerce* tidak sepenuhnya sejalan dengan peningkatan tersebut. Ini mengindikasikan bahwa *e-wallet* telah berevolusi menjadi alat pembayaran digital yang multifungsi, tidak lagi eksklusif untuk transaksi belanja daring, tetapi juga mendukung transaksi di berbagai sektor layanan dan kebutuhan harian. Dalam konteks ini, penting bagi pelaku industri *e-commerce* untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran dan pengembangan layanan guna mempertahankan pertumbuhan transaksi digital di tengah perubahanperilaku konsumen yang semakin dinamis.

3. Faktor Pendorong Konsumsi Digital oleh Mahasiswa

Dalam era digital yang semakin berkembang, mahasiswa menjadi salah satu segmen pengguna utama teknologi keuangan digital, khususnya *e-wallet*. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden mahasiswa dan diperkuat oleh berbagai studi terdahulu, terdapat beberapa faktor dominan yang mendorong konsumsi digital di kalangan mahasiswa. Pertama, faktor kemudahan dan kenyamanan menjadi alasan utama. Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi milenial dan generasi Z, mengutamakan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari. Dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional seperti uang tunai atau transfer bank yang seringkali memerlukan waktu lebih lama dan proses administratif tambahan, transaksi menggunakan *e-wallet* dinilai jauh lebih praktis dan cepat. Cukup dengan beberapa sentuhan pada layar ponsel, pembayaran dapat diselesaikan dalam hitungan detik, bahkan untuk nominal kecil sekalipun (Julianda, 2024). Hal ini sejalan dengan gaya hidup mahasiswa yang serba cepat, multitasking, dan berbasis teknologi mobile.

Kedua, terdapat faktor psikologis promosi yang memainkan peran signifikan dalam mendorong konsumsi digital. *E-wallet* banyak menawarkan program *cashback*, diskon khusus, potongan harga untuk pembayaran pertama, serta promo *flash sale* yang terintegrasi langsung dengan aplikasi *marketplace*. Promo-promo ini dikirimkan melalui notifikasi aplikasi, mendorong pengguna untuk segera melakukan pembelian. Akibatnya, mahasiswa sering kali melakukan pembelian impulsif, yaitu membeli produk tanpa perencanaan sebelumnya hanya karena terdorong oleh penawaran promosi yang menarik (Asikin & Aditiarno, 2023; Rachmawati & Sumarjiyanto, 2022). Fenomena ini menunjukkan bahwa

strategi promosi dari layanan *e-wallet* secara efektif mampu mengubah perilaku konsumsi mahasiswa, dari yang semula rasional menjadi lebih emosional dan oportunistik.

Ketiga, gaya hidup digital mahasiswa menjadi faktor pendorong struktural yang tidak dapat diabaikan. Generasi muda saat ini tumbuh dalam lingkungan yang didominasi teknologi informasi dan komunikasi. Mereka akrab dengan internet, media sosial, *mobile banking*, aplikasi belanja *online*, dan pembayaran berbasis *QR code* sejak usia dini. Kondisi ini membuat mahasiswa lebih terbuka terhadap inovasi baru dalam sistem pembayaran dan lebih cepat mengadopsi layanan berbasis teknologi keuangan. dibandingkan generasi sebelumnya (Kamal, Rizki, & Aulia, 2023). Dalam konteks ini, *e-wallet* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai identitas digital mereka.

Temuan ini sejalan dengan studi Kamal, Rizki, dan Aulia (2023) yang menyatakan bahwa tingkat antusiasme generasi muda terhadap layanan pembayaran digital sangat tinggi, didorong oleh faktor kepraktisan, gaya hidup modern, dan kepercayaan terhadap keamanan teknologi. Selain itu, keberadaan berbagai *platform* digital yang saling terintegrasi – mulai dari *marketplace*, transportasi daring, layanan pesan-antar makanan, hingga pembayaran tagihan – semakin memperkuat ketergantungan mahasiswa terhadap transaksi digital berbasis *e-wallet*.

Dengan demikian, faktor kemudahan transaksi, stimulus psikologis dari promosi, serta karakteristik gaya hidup digital generasi muda menjadi pendorong utama konsumsi digital oleh mahasiswa. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini penting bagi pengembang layanan keuangan digital dan pelaku *e-commerce* untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa depan.

4. Dampak Strategis terhadap Ekosistem Ekonomi Digital

Dalam konteks ekonomi digital Indonesia, *e-wallet* tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pembayaran semata, melainkan telah berevolusi menjadi bagian integral dari infrastruktur ekosistem digital yang lebih luas dan kompleks. Peran *e-wallet* kini meluas dalam menghubungkan berbagai sektor seperti *e-commerce*, layanan keuangan berbasis teknologi (*fiintech*), transportasi daring, layanan pemesanan makanan, dan sektor jasa lainnya (Bank Indonesia, 2021). Integrasi ini menciptakan konektivitas lintas *platform* yang mendukung terwujudnya ekosistem transaksi digital yang *seamless*, cepat, dan efisien.

Keberadaan *e-wallet* juga memainkan peranan vital dalam memperluas inklusi keuangan nasional. Sebagaimana dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (2023), *e-wallet* membantu menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses terhadap layanan perbankan konvensional, seperti masyarakat di daerah pedesaan, pekerja sektor informal, hingga pelaku UMKM kecil. Dengan hanya bermodalkan *smartphone* dan koneksi internet, masyarakat kini dapat menikmati berbagai layanan keuangan seperti pembayaran, transfer dana, hingga pinjaman mikro. Transformasi ini berkontribusi positif dalam memperkecil

kesejajaran akses keuangan dan mempercepat realisasi target inklusi keuangan yang dicanangkan pemerintah.

Dari perspektif pelaku usaha, terutama UMKM, penggunaan *e-wallet* memberikan manfaat strategis seperti efisiensi pembayaran, peningkatan transparansi transaksi, serta kemudahan dalam pencatatan keuangan bisnis (Mahmud, Hasyim, & Lestari, 2023). Studi tersebut menegaskan bahwa pelaku UMKM yang mengadopsi *e-wallet* menunjukkan peningkatan omzet dan perluasan basis pelanggan, terutama di sektor ritel dan jasa makanan. Namun, di balik berbagai peluang tersebut, adopsi *e-wallet* yang masif juga membawa sejumlah tantangan serius yang perlu diantisipasi. Salah satu tantangan utama adalah munculnya ketergantungan konsumtif akibat promosi berlebihan. Strategi marketing berbasis *cashback*, diskon, dan *voucher* yang masif mendorong perilaku konsumtif di masyarakat, khususnya di kalangan muda, sehingga berpotensi menimbulkan masalah pengelolaan keuangan pribadi dalam jangka panjang (Visa, 2023).

Selain itu, risiko kebocoran data pribadi menjadi isu yang semakin krusial dalam ekosistem digital. Mengingat bahwa penggunaan *e-wallet* melibatkan penyimpanan data sensitif seperti nomor telepon, alamat email, data kartu kredit, dan histori transaksi, maka keamanan data menjadi aspek yang sangat penting. Kasus kebocoran data yang terjadi di beberapa *platform fintech* menegaskan perlunya penguatan regulasi perlindungan data serta penerapan standar keamanan siber yang tinggi (Krippendorff, 2018).

Di samping itu, terdapat kebutuhan mendesak untuk meningkatkan literasi keuangan digital di masyarakat. Banyak pengguna *e-wallet* yang belum sepenuhnya memahami risiko finansial dan keamanan dalam bertransaksi digital, sehingga rentan terhadap penipuan daring, penggunaan berlebihan, atau pengelolaan dana yang tidak sehat. Oleh karena itu, program edukasi literasi keuangan digital harus menjadi prioritas nasional, melibatkan peran aktif pemerintah, sektor swasta, lembaga pendidikan, dan komunitas masyarakat.

Secara keseluruhan, *e-wallet* membawa dampak strategis yang besar terhadap penguatan ekosistem ekonomi digital Indonesia, baik dari sisi perluasan akses keuangan, peningkatan efisiensi transaksi, hingga mendorong pertumbuhan berbagai sektor layanan digital. Namun, pengembangan ekosistem ini harus diimbangi dengan mitigasi risiko melalui penguatan regulasi, edukasi literasi keuangan, serta perlindungan data pribadi untuk memastikan pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan dan inklusif.

E. Kesimpulan

Penelitian menunjukkan penggunaan *e-wallet* di Indonesia meningkat dari 40% pada 2021 menjadi 92% pada 2023, didorong oleh kemudahan akses, integrasi dengan *e-commerce*, serta promo dan *cashback*. Namun, nilai transaksi *e-commerce* yang sempat naik dari Rp401 triliun pada 2021 menjadi Rp476,3 triliun pada 2022, justru turun menjadi Rp453,75 triliun pada 2023, menandakan bahwa pertumbuhan pengguna *e-wallet* tidak selalu berdampak langsung pada nilai transaksi *e-commerce* karena perluasan penggunaan ke sektor lain.

JURNAL EKSOPODA

Journal of Interdisipliner

Secara umum, *e-wallet* berkontribusi pada perkembangan ekonomi digital, dan ke depan disarankan agar penelitian mencakup sektor digital lain dengan metode campuran untuk hasil yang lebih komprehensif. Temuan ini juga dapat menjadi dasar bagi industri dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan layanan keuangan digital yang lebih adaptif.

F. Daftar Pustaka

- Antara News. (2023). *Mayoritas masyarakat gunakan dompet digital*. Diakses dari <https://www.antaraneews.com>, diakses 17 April 2025
- Asikin, A., & Aditiarno, A. (2023). *Integrasi Dompet Digital dan E-commerce serta Dampaknya terhadap Pembelian Impulsif*. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(2), 112-125. diakses 17 April 2025
- Bank Indonesia. (2021). *Statistik Sistem Pembayaran*. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/default.aspx>, diakses 17 April 2025
- Bank Indonesia. (2022). *Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan*. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/statistik>, diakses 17 April 2025
- Bank Indonesia. (2023). *Nilai Transaksi E-commerce RI Capai Rp453,75 Triliun*. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com>, diakses 18 April 2025
- Bank Indonesia. (2020). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Pages/BSPI-2025.aspx>, diakses 18 April 2025
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication>, diakses 18 April 2025
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>, diakses 19 April 2025
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. diakses 20 April 2025
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). *e-Conomy SEA 2023*. Diakses dari <https://economysea.withgoogle.com>, diakses 21 April 2025
- Indonesia.go.id. (2024). *Transaksi QRIS Melonjak 226,54%, Revolusi Pembayaran Digital di Indonesia*. Diakses dari <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8434/transaksi-qrisk-melonjak-226-54>, diakses 21 April 2025
- Julianda, R. A. (2024). Pengaruh *E-wallet* terhadap Pola Belanja Mahasiswa Universitas Jambi. *Jurnal Teknologidan PerilakuKonsumen*, 4(1), 55-68. diakses 21 April 2025
- Kamal, I., Rizki, R. N., & Aulia, M. R. (2023). The Enthusiasm of Digital Payment Services and Millennial Consumer Behaviour in Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(2), 1-16. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i2.923>, diakses 22 April 2025

- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. diakses 22 April 2025
- Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). (2022). *Indonesia Digital 2022: Akselerasi Transformasi Digital Nasional*. Diakses dari <https://www.kominfo.go.id>, diakses 22 April 2025
- Mahmud, M., Hasyim, R., & Lestari, D. (2023). Pemanfaatan *E-wallet* dalam Pengelolaan Keuangan UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Inovasi Digital*, 6(1), 88–101. diakses 22 April 2025
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya. Diakses 23 April 2025
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Statistik Fintech 2023*. Diakses dari <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/default.aspx>, diakses 23 April 2025
- PwC Indonesia. (2023). *The Future of E-commerce in Indonesia*. Diakses dari <https://www.pwc.com/id/en/publications>, diakses 23 April 2025
- Rachmawati, I., & Sumarjiyanto, H. (2022). *E-wallet* dan Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Digital*, 3(2), 75–89. diakses 23 April 2025
- Statista. (2024). *Share of e-wallet users in Indonesia 2021–2023*. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/>, diakses 23 April 2025
- Visa. (2023). *Visa Consumer Payment Attitudes Study 2023*. Diakses dari <https://www.visa.com.my/insights>, diakses 23 April 2025
- Wahyudiani, S., & Putri, K. M. (2024). Pengaruh Promosi *E-wallet* terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Surabaya. *Jurnal Riset Konsumen*, 5(1), 22–34. diakses 24 April 2025
- Warta Ekonomi. (2021). *E-wallet makin diminati saat pandemi, pengguna tembus puluhan juta*. Diakses dari <https://wartaekonomi.co.id>, diakses 24 April 2025

Copyright Holder :

©Indriastuti Tri Lestari Anwar. et. al. (2025).

First Publication Right :

©JUNTER: Jurnal Interdisiplin



This article is u