Sanjana
Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah
e-ISSN : 2723-5289
Vol. 08 No.01, (Januari: 2026)

Analisis Minat Konsumen Penggunaan *E-wallet* Pasa Dana Sebagai Alat Transaksi (Studi Pada Es Teh Indonesia di Kelurahan Macanang Kab.Bone)

Nafwatul Aisy Abbas[a], Zulkifli[b], Muhammad Abdi Buhasyim[c]

[a] Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, nafwatulaisyyabbas@gmail.com
[b] Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, zul60530@gmail.com
[c] Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, abdibuhasyim07@gmail.com

Abstrak

Latar belakang dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen dalam menggunakan e-wallet DANA serta mengetahui preferensi mereka terhadap kemudahan penggunaannya dibandingkan metode pembayaran lain di Es Teh Indonesia di Kabupaten Bone, Kecamatan Tanete Riattang Barat, Kelurahan Macanang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan penggunaan sistem pembayaran di Indonesia yang menggeser perilaku konsumen dari transaksi tunai ke pembayaran digital. Penelitian ini merupakan field research dengan pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kemudahan, keamanan, promosi, dan kepraktisan sejalan terhadap minat penggunaan e-wallet DANA. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai penerimaan konsumen terhadap DANA serta menjadi masukan bagi pelaku usaha dan penyedia layanan e-wallet dalam meningkatkan strategi pemasaran di era digital.

Kata Kunci: E-wallet, DANA, Prefensi Pembayaran, Transaksi Digital.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, Masyarakat indonesia mulai terbiasa dengan alat pembayaran non tunai *cashless payment.* Salah satu bentuk *cashless payment* yaitu *e-wallet. Mobile Payment (e–wallet)* yang sedang berkembang di Indonesia semenjak tahun 2017 hingga kini ini di antaranya Paytren eMoney, Doku, Sakuku, iSaku, Go Mobile By CIMB, Jenius, LinkAja, Ovo, Gopay, Adapula *mobile wallet* yang baru muncul pada tahun 2018 namun langsung melonjak pesat, hingga menduduki posisi ke-3 menggeser LinkAja. Penelitian App Annie dan iPrice Group menjelaskan *e-wallet* pada peringkat teratas di Indonesia didasarkan pada banyaknya jumlah pengguna aktif antara tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 yaitu Gojek, OVO, DANA, LinkAja, dan Jenius.(Siti Asgina Fauziah, 2021)

Alat pembayaran non-tunai saat ini paling berkembang pesat ditandai dengan munculnya kartu debit, kartu kredit, alat pembayaran elektronik yaitu e-payment

elektronik sebagai alat dalam melakukan transaksi. Wallet elektronik berbasis web adalah inovasi terbaru yang memungkinkan transaksi dilakukan dengan mudah hanya mengunakan handphone. E-Wallet menawarkan berbagai system pembayaran, salah satunya adalah server yang dapat diakses secara online, yang memungkinkan administrator untuk mengontrol setiap transaksi melalui server tersebut. Dengan pertembuhan *e-commerce, industry* di Indonesia menawarkan kemudahan yang menjadi bagian penting dari sektor tersebut dan diharapkan dapat mendorong peningkatan ekonomi yang merata. (Yusraini, 2023)

Pertumbuhan *e–wallet* yang begitu pesat didasari oleh pihak–pihak penyelenggara *e–wallet* yang mempunyai izin dan persetujuan juga semakin beraneka ragam. Awal penyelenggara *e wallet* ini hanya berasal dari perusahaan perbankan saja, namun kini penyelanggara *e– wallet* sudah mulai memasuki *gadget* yang hampir semua orang menggunakannya sehari–hari. Ada banyak penyelenggara *e – wallet* yang terdaftar dalam Bank Indonesia. Mereka berlomba dalam memberikan layanan dan produk yang mampu memenuhi kebutuhan para penggunaannya.

Se$karang ini dalam transaksi ke$uangan makin komple$ks, sudah banyak orang yang me$nggunakan sarana pe$mbayaran *e$ – walle$t* se$pe$rti salah satunya adalah aplikasi DANA yang menarik konsume$n agar me$nggunakan sarana ini dalam me$njalankan be$rbagai be$ntuk pe$mbayaran se$cara e$le$ktronik. Aplikasi dompet digital DANA menunjukkan pertumbuhan pesat, dengan jumlah pengguna mencapai 200 juta pada akhir 2024, naik dari 170 juta di 2023. Pertumbuhan ini konsisten dari tahun ke tahun—mulai dari 35 juta (2019) menjadi 135 juta (2022)—didorong oleh peningkatan transaksi harian.

Metode pembayaran digital atau *cashless* semakin digemari oleh public diiringi dengan perkembangan pesat penggunaan teknologi dalam transaksi sehari- hari khususnya dikalangan generasi muda atau generasi Z. Dengan perkembangan ini dompet digital atau *e-wallet* menjadi teman setia untuk melakukan berbagai transaksi, dari belanja online, jajan kopi, hingga membayar transportasi.

Berdasarkan survei online Populix pada Februari 2025, mayoritas penggunaan *e-wallet* di Indonesia berasal dari kalangan generasi Z dan milenial. Hal ini dikarenakan generasi muda sanga cepat beradaptasi dengan teknologi baru.
Karena internet sangat luas digunakan di kalangan generasi muda atau generasi Z, mereka pun mudah mendapatkan informasi dari seluruh dunia. Alasan inilah yang mendasari kenapa pengguna aplikasi berbasis mobile lebih banyak digunakan oleh generasi milenial dan generasi Z.(Prameswari et al., 2022)

Beberapa penelitian terdahulu, salah satunya yang dilakukan oleh Dita Anjani pada tahun 2022 dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-Wallet*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan *e-wallet* meningkat pesat dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk mahasiswa generasi Z. Meskipun penyedia layanan *e-wallet* menawarkan berbagai macam produk, tidak semuanya digunakan oleh generasi Z. Penggunaan digital *wallet* masih didominasi untuk melakukan pembayaran transaksi transportasi online, pembelian melalui *e-commerce* dan jasa pesan antar makanan dan minuman(Anjani et al., 2022). Dapat dilihat bahwa hal ini sejalan dengan penelitian yang ingin dilakukan penulis yaitu pada salah satu usaha Es Teh Indonesia sebagai usaha yang sedang digemari oleh semua kalangan terlebih pada kalangan generasi Z.

Oleh karena itu berdasarkan keterangan dan uraian diatas hal inilah yang melatar belakangi penulis dalam meneliti lebih jauh tentang Analisis Minat Konsumen Pada Penggunaan *e-wallet* Pada Dana Sebagai Alat Transaksi.

KAJIAN TEORI

Minat Konsumen

Minat adalah situasi seseorang sebelum melakukan sesuatu yang dapat digunakan sebagai dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan selanjutnya. Minat

beli juga berkaitan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta jumlah unit produk yang dibutuhkan dalam jangka waktu tertentu. Dengan kata lain, minat beli adalah pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan niat mereka untuk membeli sejumlah produk dengan merek tertentu. Menurut Augusty Ferdinand, indikator-indikator berikut dapat digunakan untuk menentukan minat beli dan minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

a. Minat referensial, yang menunjukkan kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain;
b. Minat preferensial, yang menunjukkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut, yang hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk tersebut; dan
c. Minat eksploratif, yang menunjukkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi tentang produk yang diminatinya dan mencari informasi tentang cara terbaik untuk mendapatkan informasi tentang produk tersebut.

(Supriyanto & Hana, 2020)

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat membeli. Karena minat membeli merupakan salah satu tahap yang pada subjek sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Menurut Abdullah dan Tantri, titik tolak memahami pembeli adalah model rangsangan, tanggapan apa yang didengar oleh telinga apa yang dilihat oleh mata apa yang dicium oleh hidung itulah yang disebut stimulus.

Menurut Sumarwan rangsangan pemasaran dan lingkungan masuk ke dalam kesadaran pembeli menghasilkan keputusan pembelian tertentu. Iklan berbagai macam produk yang ditayangkan adalah stimulus yang dirancang khusus oleh produsen agar menarik perhatian konsumen. Produsen mengharapkan konsumen menyukai iklan produknya, kemudian menyukai produknya dan membelinya.(Arif, 2011)

E-Wallet / Dompet Digital

. E-wallet ialah sebuah layanan berbasis elektronik yang digunakan untuk menyimpan data instrumen pembayaran, antara lain alat pembayaran dengan memakai kartu atau yang dapat juga digunakan sebagai media penyimpanan saldo

untuk melakukan pembayaran. Dompet digital dapat mempermudah transaksi dikarenakan konsumen tidak harus membawa uang cash secara langsung pada jumlah yang banyak, hanya dengan mempunyai saldo pada dompet digital yang terpasang dalam smartphone dengan jaringan internet maka pembayaran dapat dilakukan secara mudah. (Inuddanis & Santika, 2024)

Dompet digital dapat mengalihkan benefit dompet kedalam suatu aplikasi. Selain itu dompet digital juga menghapus kebutuhan pengguna terhadap berbagai kartu di dompet serta *e-wallet* menyuguhkan fitur lain yang tidak dimiliki oleh dompet seperti riwayat transaksi dan tagihan. Transaksi juga akan lebih terjamin keamanannya dan efektif. *E-wallet* juga menawarkan berbagai menu keamanan yang tidak dipunyai oleh dompet pada umumnya. *E-wallet* memungkinkan pemakainya guna melacak informasi tagihan serta pengiriman sehingga transaksi akan menjadi lebih efektif dan aman. (Mukarammah, 2023)

DANA

DANA adalah salah satu dompet digital yang relatif baru di Indonesia. Sebelum kehadirannya pada 5 Desember 2018, yang didukung oleh Elang Sejahtera Mandiri (anak perusahaan EMTEK) dan Ant Financial, sudah ada e-wallet lain seperti OVO, GoPay, dan LinkAja. DANA dirancang untuk mempermudah transaksi digital tanpa uang tunai dan kartu secara cepat dan praktis.

Pada tahun 2021, DANA mengalami lonjakan pengguna baru sebanyak 45 juta, sehingga total penggunanya mencapai 95 juta. Jumlah pengguna yang besar ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap aplikasi DANA. Minat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengetahuan pengguna tentang aplikasi, kepercayaan mereka terhadapnya, dan fitur-fitur layanan yang ditawarkan. Pengetahuan pengguna mencakup semua informasi yang mereka miliki terkait produk dan jasa, serta pemahaman mereka sebagai konsumen. (Perbanas Surabaya, 2011)

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka, yang memungkinkan mereka memproses informasi, mempertimbangkan pilihan, dan mengambil keputusan. Semakin banyak pengetahuan seseorang tentang suatu hal, semakin hati-hati mereka dalam memilih atau bertindak. (Agustina, 2019)

Oleh karena itu, sebelum menggunakan e-wallet DANA, konsumen cenderung mempertimbangkan manfaatnya. Selain itu, kepercayaan terhadap produk juga

memainkan peran penting dalam penggunaan layanan uang elektronik. Kepercayaan adalah konsep kompleks yang dipelajari dari berbagai perspektif seperti psikologi sosial, sosiologi, dan pemasaran. Reputasi sebuah website atau situs dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadapnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif. Pendekatan ini digunakan karena penelitian ini mengkaji minat konsumen pengguna *e-wallet* DANA sebagai alat transaksi pada usaha Es Teh Indonesia.

Penelitian lapangan *(field research)* yang digunakan dalam penulisan ini yaitu suatu penelitian yang mengharuskan peneliti untuk terjun langsung ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sutu fenomena dalam suatu keadaan alamiah atau situasi. Adapun metode yang digunakan yaitu metode wawancara. Berdasarkan objek penelitian, yang bertempat di Es Teh Indonesia di Kelurahan Macanang Kab.Bone dan data-data yang bersumber dari informan yaitu konsumen Es Teh Indonesia. Adapun subjek penelitian ini adalah konsumen di Es Teh Indonesia yang menggunakan *e-wallet* DANA dalam melakukan transaksi. Peneliti juga mengambil subjek konsumen Es Teh yang menggnakan *e-wallet* selain DANA, maka penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field reseacrh).*

PEMBAHASAN

A. Faktor-faktor yang melatarbelakangi minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet* DANA dalam melakukan transaksi di Es Teh Indonesia Kelurahan Macanang.

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut, minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat

beli dapat didentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut menurut Augusty Ferdinand:

Minat Eksplorasi

Aspek minat eksplorasi dalam penggunaan *e-wallet* DANA di Es Teh Indonesia Kelurahan Macanang dapat dilihat dari dorongan konsumen untuk mencoba dan mencari tahu kemudahan dalam bertransaksi secara digital.(Fernandes et al., 2022)

1) Menggunakan *E-Wallet* DANA

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan 30 informan, peneliti menemukan bahwa sebagian besar responden memilih menggunakan DANA karena kemudahan dan efisiensi dalam proses transaksi. Kemudahan bertransaksi menjadi faktor dominan yang mendorong konsumen untuk mengeksplorasi penggunaan *e-wallet* ini. Sebagian besar informan menyatakan bahwa transaksi dengan DANA lebih cepat dan tidak memerlukan uang tunai, cukup dengan melakukan scan QRIS. Hal ini memberikan pengalaman yang lebih praktis dibandingkan pembayaran tunai.

Selain itu, beberapa informan juga menuturkan bahwa DANA memberikan rasa aman dalam bertransaksi, karena sistemnya jarang mengalami gangguan serta adanya notifikasi langsung setelah transaksi berhasil. Salah satu informan menyampaikan Annisa mengatakan, "*pembayaran menggunakan DANA sangat membantu ketika tidak membawa uang tunai, cukup melakukan scan QRIS sehingga transaksi berjalan lebih cepat."* Faktor lain yang memperkuat minat eksplorasi adalah adanya promo dan cashback yang ditawarkan DANA. Seperti yang dikatakan oleh salah satu informan yaitu A. Ainun mengatakan bahwa *penggunaan DANA sering memberikan promo dan cashback sehingga menambah keuntungan bagi pengguna*. Hal ini menjadi daya tarik tambahan dalam memilih metode pembayaran tersebut. Adapun yang diungkapkan oleh Nadia mengatakan bahwa *"transaksi dengan DANA aman dan jarang error*". Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa aspek kemudahan,

kecepatan, dan kepraktisan menjadi pendorong utama minat eksplorasi konsumen dalam menggunakan e-wallet DANA.

2) Konsumen Non Pengguna DANA

Selain pengguna, terdapat empat informan yang menyatakan tidak menggunakan e-wallet DANA saat bertransaksi di Es Teh Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara, alasan mereka beragam, tetapi sebagian besar berkaitan dengan kebiasaan, efisiensi pribadi, dan saldo yang tidak tersedia.Sebagian informan menyatakan lebih terbiasa menggunakan mobile banking karena merasa lebih efisien dan nyaman. Salah satu informan yaitu Putri mengatakan*, "Saya memakai m-banking, lebih nyaman dalam bertransaksi."* Hal ini menunjukkan bahwa faktor kebiasaan menjadi pengaruh utama dalam memilih metode pembayaran.

Selain itu, ada pula yang menyebutkan bahwa alasan tidak menggunakan DANA karena saldo tidak tersedia. Salah satu informan yaitu Yuliani menjawab, *"Tidak ada saldo kak."* Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian konsumen tidak aktif menyimpan saldo pada aplikasi e-wallet, sehingga cenderung memilih metode pembayaran lain yang langsung terhubung ke rekening bank. Meskipun demikian, terdapat pula responden yang menyatakan bahwa mereka tidak menolak menggunakan DANA, namun masih mempertahankan kebiasaan menggunakan m-banking karena dianggap lebih efisien dan aman. Dengan demikian, keputusan untuk tidak menggunakan DANA lebih didorong oleh preferensi pribadi, bukan karena kendala teknis ataupun kurangnya kepercayaan terhadap aplikasi tersebut.

Selain itu, terdapat informan yang menyebutkan pengaruh lingkungan sosial, seperti teman, yang bisa menjadi faktor pendorong untuk mencoba menggunakan DANA. Salah satu informan yaitu Wawan mengatakan, *"Iya pernah, karena temanku sering kuajak keluar pakai DANA juga."* Namun, ada juga informan yang menjawab *"tidak",* menandakan belum adanya minat atau kebutuhan untuk menggunakan DANA, serta satu informan yang menjawab *"sudah",* yang menunjukkan adanya peralihan dari

non pengguna menjadi pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa potensi pertumbuhan pengguna baru DANA masih terbuka, terutama apabila aplikasi ini terus memberikan inovasi, kemudahan, serta promosi yang relevan dengan kebutuhan pengguna.

Adapun faktor-faktor yang melatarbelakangi minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet* DANA dalam melakukan transaksi yaitu:

a) Kemudahan Akses dan Kepraktisan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan pengguna DANA menilai aplikasi ini mudah diakses dan praktis digunakan dalam setiap transaksi. Mereka merasa bahwa proses pembayaran hanya membutuhkan pemindaian kode QR, sehingga tidak perlu membawa uang tunai maupun mencari uang kembalian. Kemudahan ini memberikan kenyamanan tersendiri dan efisiensi waktu dalam proses transaksi. Sementara itu, informan non pengguna menyatakan bahwa mereka lebih terbiasa menggunakan mobile banking (m-banking). Mereka berpendapat bahwa m-banking lebih mudah diakses karena sudah terhubung langsung dengan rekening bank dan tidak memerlukan pengisian saldo terlebih dahulu. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan sangat dipengaruhi oleh kebiasaan dan pengalaman individu terhadap suatu teknologi pembayaran.

b) Kecepatan dan Efisiensi Transaksi.

Bagi pengguna DANA, kecepatan proses transaksi menjadi salah satu keunggulan utama. Informan mengaku bahwa pembayaran menggunakan DANA berlangsung cepat dan jarang mengalami kendala. Namun, sebagian non pengguna menilai bahwa m-banking lebih efisien, terutama karena mereka tidak perlu melakukan top-up saldo sebelum bertransaksi. Temuan ini mengindikasikan bahwa efisiensi dipahami secara berbeda oleh masing-masing kelompok pengguna.

c) Keamanan dalam Transaksi

Sebagian besar pengguna DANA merasa aman dan nyaman menggunakan aplikasi tersebut. Mereka menyebutkan bahwa setiap transaksi selalu disertai notifikasi dan bukti pembayaran yang jelas, serta jarang terjadi kesalahan sistem. Sebaliknya, non pengguna tidak menilai keamanan DANA sebagai faktor penting, karena mereka telah memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap sistem keamanan bank. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan masih menjadi salah satu hambatan dalam adopsi e-wallet bagi sebagian konsumen.

d) Kepraktisan Tanpa Uang Tunai

Pengguna DANA mengungkapkan bahwa penggunaan e-wallet membantu mereka bertransaksi tanpa harus membawa uang tunai. Hal ini dianggap lebih aman dan praktis, terutama dalam situasi yang menuntut transaksi cepat. Di sisi lain, beberapa non pengguna tetap memilih menggunakan uang tunai atau m-banking karena merasa lebih nyaman dengan cara konvensional tersebut.

e) Faktor Eksternal

Temuan penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh eksternal dalam keputusan penggunaan DANA. Beberapa pengguna mengaku mulai menggunakan DANA karena rekomendasi dari teman, keluarga, atau kasir. Namun demikian, keputusan akhir tetap didasarkan pada pilihan pribadi. Non pengguna, di sisi lain, menegaskan bahwa keputusan mereka tidak dipengaruhi oleh pihak lain, melainkan murni berasal dari preferensi individu.

f) Preferensi terhadap Metode Pembayaran Lain

Bagi kelompok non pengguna, preferensi pribadi terhadap metode pembayaran lain seperti m-banking menjadi alasan utama tidak menggunakan DANA. Mereka merasa lebih nyaman, efisien, dan aman bertransaksi melalui layanan perbankan yang sudah mereka kenal. Hal ini memperkuat temuan bahwa kebiasaan dan tingkat kepercayaan terhadap teknologi berperan penting dalam keputusan adopsi e-wallet.

Secara keseluruhan, hasil pnelitian ini menunjukkan bahwa alasan utama konsumen menggunakan DANA karena adanya beberapa faktor seperti kemudahan, kecepatan, dan keuntungan tambahan (promo/cash back). Sementara itu, alasan non pengguna di dominasi oleh kebiasaan, kenyamanan, dan kepercayaan terhadap sistem perbankan.

B. Preferensi Konsumen terkait kemudahan penggunaan *E-Wallet* Dana dibandingkan metode pembayaran lainnya dalam transaksi di Es Teh Indonesia Kelurahan Macanang.

C.

Minat Prefensi

Preferensi ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan terbentuk melalui proses pengalaman, kebiasaan, dan persepsi konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Setiap individu memiliki cara pandang yang berbeda dalam menilai suatu kemudahan, keamanan, serta keuntungan yang ditawarkan oleh metode pembayaran tertentu. Oleh karena itu, preferensi dapat dianggap sebagai cerminan dari penilaian pribadi konsumen terhadap manfaat dan kenyamanan yang mereka rasakan.(Rizkiyah et al., 2021)

Dalam hal penggunaan e-wallet seperti DANA, preferensi konsumen umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan sistem, fitur yang menarik, serta keuntungan finansial seperti promo atau cashback. Konsumen cenderung lebih memilih aplikasi yang memberikan proses transaksi cepat, antarmuka sederhana, dan dapat diandalkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, diperoleh hasil bahwa sebagian besar konsumen lebih memilih menggunakan e-wallet DANA sebagai metode pembayaran utama dalam bertransaksi di Es Teh Indonesia Kelurahan Macanang. Temuan ini menunjukkan bahwa aplikasi DANA memiliki tingkat preferensi yang tinggi di kalangan konsumen, khususnya karena kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan.

Sebagian besar responden mengungkapkan bahwa DANA lebih cepat, mudah digunakan, dan memberikan pengalaman transaksi yang efisien dibandingkan dengan metode pembayaran lain seperti uang tunai, OVO, QRIS, atau transfer bank. Konsumen merasa terbantu dengan sistem pembayaran berbasis QR yang disediakan oleh DANA

karena tidak perlu menunggu uang kembalian maupun membuka aplikasi perbankan yang cenderung lebih rumit. Selain itu, promo dan cashback juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk terus menggunakan DANA sebagai alat pembayaran utama.

Temuan ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan, kecepatan, serta keuntungan finansial melalui promo menjadi elemen penting yang membentuk preferensi konsumen terhadap penggunaan DANA. Namun demikian, beberapa responden tetap menggunakan metode pembayaran lain seperti tunai atau QRIS ketika menghadapi kendala teknis, seperti saldo DANA yang habis atau jaringan internet yang kurang stabil. Walaupun demikian, mayoritas konsumen tetap menilai bahwa DANA merupakan pilihan yang paling praktis dan efisien dalam mendukung aktivitas transaksi sehari-hari.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen terhadap DANA terbentuk oleh kombinasi faktor fungsional (kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan keuntungan promo) serta faktor psikologis seperti kepuasan dan rasa percaya terhadap layanan DANA.

Minat Eksperience

Secara umum, experience atau pengalaman konsumen adalah kesan, perasaan, dan penilaian yang terbentuk dari interaksi seseorang dengan suatu produk, layanan, atau merek. Pengalaman ini mencakup seluruh proses mulai dari sebelum, selama, dan sesudah penggunaan produk tersebut. (Ira Triyana Dewi, 2016)

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa pengalaman konsumen dalam menggunakan e-wallet DANA umumnya sangat positif. Sebagian besar informan menilai bahwa DANA memberikan rasa nyaman dan aman selama bertransaksi. Tampilan aplikasi yang sederhana, proses pembayaran yang cepat, serta fitur keamanan seperti notifikasi transaksi dan riwayat pembayaran yang jelas membuat pengguna merasa tenang saat melakukan pembayaran.

Bagi sebagian besar pengguna, pengalaman pertama menggunakan DANA memberikan kesan yang baik. Mereka menilai bahwa proses transaksi berjalan dengan lancar, cepat, dan mudah dipahami. Meskipun terdapat sebagian kecil pengguna yang sempat mengalami kebingungan di awal, hal tersebut tidak mengurangi minat mereka

untuk terus menggunakan DANA. Setelah terbiasa, pengguna merasa bahwa transaksi dapat dilakukan dengan sangat mudah dan efisien.

Selain itu, sebagian besar pengguna mengaku tidak pernah mengalami kendala berarti selama menggunakan DANA. Kendala yang muncul umumnya hanya terkait jaringan internet yang tidak stabil, bukan karena kesalahan sistem DANA itu sendiri. Pengguna juga menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik, seperti mengganti jaringan atau menunggu koneksi membaik ketika menghadapi gangguan teknis. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan dan kepercayaan yang tinggi terhadap sistem DANA.

Dari sisi kepuasan pengguna, hampir seluruh responden menyatakan bahwa mereka akan terus menggunakan DANA dalam aktivitas transaksi, baik di Es Teh Indonesia maupun di tempat lain. Faktor-faktor yang mendorong loyalitas tersebut meliputi kemudahan, keamanan, transparansi transaksi, serta fitur tanpa biaya admin yang dianggap efisien. Adanya promo dan cashback juga turut memperkuat minat serta kepuasan konsumen terhadap aplikasi ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman positif konsumen (consumer experience) memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas dan minat berkelanjutan terhadap penggunaan DANA. Pengalaman yang menyenangkan dan bebas hambatan menciptakan rasa percaya, kenyamanan, serta keterikatan emosional antara pengguna dan aplikasi.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa minat dan preferensi konsumen terhadap penggunaan e-wallet DANA di Es Teh Indonesia Kelurahan Macanang didorong oleh faktor kemudahan, kecepatan, keamanan, kepraktisan, serta adanya promo dan cashback. Sebagian besar konsumen memilih DANA karena proses transaksi yang cepat dan efisien tanpa perlu uang tunai, sementara sebagian kecil non pengguna tetap memilih metode lain seperti m-banking atau tunai karena faktor kebiasaan dan kenyamanan pribadi. Selain itu, pengalaman pengguna yang positif**,** seperti tampilan aplikasi yang sederhana, transaksi yang lancar, dan keamanan yang terjamin, turut

memperkuat loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap DANA. Dengan demikian, DANA dipandang sebagai metode pembayaran yang paling praktis, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan transaksi digital masyarakat saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, N. laras. (2019). PERILAKU KONSUMEN.

Anjani, D., Awali, H., & Misidawati, D. N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet. *Journal Sahmiyya*, *1*(1), 124–134.

Arif, N. L. (2011). *PENGARUH MOTIVASI SIKAP DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI OUTLET SUMBER WARAS DI GKB GRESIK*. 9–54.

Fernandes, G.,ANALISIS PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MEMUTUSKAN PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN.

Inuddanis, & Santika, A. (2024). Implementasi Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik (E-Money). *At-Tasharruf "Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah," 6*(1), 55–67.

Ira Triyana Dewi, M. I. H. (2016). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN (CUSTOMER EXPERIENCE) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN KULINER JAWA RANTAUPRAPAT.

Mukarammah, H. (2023). *PENGARUH DOMPET DIGITAL (E-WALLET) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT MILENIAL DI JAKARTA)*.

Perbanas Surabaya, S. (2011). EKSPLORASI STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK DI INDONESIA TAHUN 2004-2008 Nendy Pramita Shinta Nurmala Ahmar. *The Indonesian Accounting Review*, *1*(2), 145–154.

Prameswari, A., Hsb, D. N., & Bayani, L. N. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan Dalam Menggunakan*

Sistem Pembayaran E- Wallet 4, 60–70.

Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMEN Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, *16*(1), 107–126.

Siti Asgina Fauziah, S. A. (2021). (Uji Multikolonieritas) Fauziah et al, 2021 Pengaruh Social Influencedan Self-efficacyTerhadap Intention to Use Mobile Payment SystemPada Pengguna E-wallet.pdf. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (Embiss)*, *1*(4), 307–317.

Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, *8*(2), 199.

Yusraini. (2023). *Analisis Persepsi Mahasiswa Uin Syahada Padangsidimpuan Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai* (Vol. 01).