

# Exploring Digital Wallet Preferences and Challenges Among Accounting Students

## *Menjelajahi Preferensi dan Tantangan Dompet Digital di Kalangan Mahasiswa Akuntansi*

Khoirun Nisa'  
Fityan Izza Noor Abidin

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

This study investigates the preferences and obstacles faced by Muhammadiyah University of Sidoarjo (UMSIDA) accounting students in using digital wallets. Using a qualitative approach, data was collected through interviews, participant observation, and documentation. Results reveal that ShopeePay was the preferred choice due to its necessity for online shopping, followed by DANA for its affordability in mobile top-ups. Technical obstacles, such as transaction troubles and application errors, were encountered by some students. These findings highlight the importance of addressing technical issues and promoting awareness of digital payment security to facilitate smoother adoption of digital wallets among accounting students.

### Highlight:

1. Preferred Digital Wallets: ShopeePay and DANA chosen for necessity and affordability.
2. Encountered Obstacles: Technical issues hinder smooth digital wallet usage.
3. Importance of Solutions: Resolving tech issues crucial for wallet adoption.

**Keywords:** digital wallets, accounting students, preferences, obstacles, qualitative research

## Pendahuluan

Penggunaan *smartphone* kini mengalami banyak pembaharuan dengan semakin maraknya teknologi berbasis ekonomi digital [1]. Pelibatan teknologi dalam bidang *financial* dapat meningkatkan keefisienan dan keefektifan yang dapat mempermudah pemrosesan transaksi pembayaran. Pemanfaatan perkembangan teknologi berbasis ekonomi dapat kita lihat pada perkembangan bisnis yang kini sudah menggunakan teknologi *smartphone* dalam melakukan aktivitas pembayaran atas pembelian sehari-hari atau kini lebih dikenal dengan istilah *mobile payment*. Dimana saat ini *system* pembayaran secara *mobile* dengan menggunakan dompet digital sudah mulai digemari oleh masyarakat.

Dompet digital merupakan suatu aplikasi yang digunakan untuk melakukan pembayaran transaksi secara daring maupun luring, tanpa menggunakan kartu atau uang tunai, hanya dengan menggunakan ponsel sebagai alat transaksi yang praktis. Dompet digital juga memiliki tingkat keamanan yang tinggi karena dilindungi oleh kata sandi yang hanya dapat diakses oleh pengguna itu sendiri [2]. Dompet digital atau *e-wallet* merupakan sebuah bentuk pembayaran digital yang menggunakan teknologi elektronik dengan menggunakan server sebagai media penyimpanannya [3]. Dompet digital juga dikenal sebagai aplikasi pembayaran yang perlu terhubung ke jaringan terlebih dahulu saat digunakan [4].

Kehadiran dompet digital sebagai sarana pembayaran elektronik memiliki dampak signifikan terhadap perubahan gaya hidup manusia. Dompet digital menggunakan metode pembayaran non tunai, yang memberikan berbagai keuntungan dibandingkan dengan pembayaran tunai. Untuk menggunakan dompet digital, pengguna perlu mengisi saldo agar dapat melakukan transaksi

---

secara *online* maupun *offline* melalui aplikasi. Dengan demikian, masyarakat dapat melakukan berbagai jenis transaksi dengan menggunakan dompet digital (Phan dan Oktavius, 2022) [5].

Kemudahan akses menjadi alasan utama meningkatnya popularitas dompet digital di tengah masyarakat saat ini. Pendaftaran pengguna hanya membutuhkan pengisian aplikasi singkat dengan persyaratan minimal, tanpa memerlukan verifikasi kredit. Kelebihan ini membuat dompet digital menjadi pilihan yang sesuai untuk digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Di samping itu, keuntungan lain dari dompet digital adalah kemampuannya untuk memfasilitasi pengguna dalam melakukan berbagai transaksi *online* tanpa perlu mengungkapkan informasi keuangan pribadi mereka. Fitur ini sangat diminati mengingat masih tingginya kekhawatiran masyarakat terhadap keamanan transaksi *online* [6].

Di Indonesia terdapat berbagai macam aplikasi dompet digital dengan penggunaan terbanyak oleh masyarakat diantaranya Gopay, Ovo, Dana, Linkaja, dan Shopeepay. Persaingan antara perusahaan-perusahaan dompet digital di Indonesia semakin ketat karena mereka saling berkompetensi dalam memberikan nilai tambah atau keunggulan ekstra kepada para pengguna. Persaingan antara perusahaan-perusahaan dompet digital di Indonesia semakin ketat karena mereka saling berkompetensi dalam memberikan nilai tambah atau keunggulan ekstra kepada para pengguna. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pham dan Ho (2015), konsumen umumnya enggan mengadopsi metode pembayaran baru jika penyedia layanan tersebut tidak menawarkan keunikan dan kinerja yang lebih baik daripada layanan serupa yang telah ada sebelumnya. Konsumen akan cenderung lebih tertarik untuk melakukan transaksi menggunakan dompet digital yang memberikan manfaat yang signifikan bagi mereka [7].

Dompet digital memberikan beragam manfaat dan kemudahan dengan menggunakan teknologi yang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Menurut survei yang dilakukan oleh Jakpat bersama *dailysocial*, sebanyak 76,40% pengguna aktif dompet digital berada dalam rentang usia 20-35 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital didominasi oleh kalangan milenial dan generasi Z, karena mereka dianggap terbiasa dan mudah dalam mengadopsi teknologi terbaru [8].

Mahasiswa merupakan salah satu anggota generasi milenial yang dikenal dengan gaya hidup yang selalu mengikuti perkembangan terbaru. Oleh karena itu, metode pembayaran non tunai atau *cashless* menjadi tren baru yang juga menjadi kebutuhan, yang mendorong inovasi di sektor keuangan dan memastikan stabilitas moneter serta stabilitas keuangan melalui sistem pembayaran yang efisien, lancar, aman, dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka dianggap sangat terbuka dalam menerima informasi tentang tren teknologi terbaru.

Terinspirasi oleh hubungan yang terbentuk antara generasi milenial dan adopsi dompet digital, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi pandangan mahasiswa akuntansi Muhammadiyah Sidoarjo terhadap penggunaan aplikasi pembayaran non-tunai ini. Selain itu, persaingan yang semakin ketat antara penerbit dompet digital juga berkontribusi pada peningkatan jumlah aplikasi dompet digital yang tersedia di masyarakat, masing-masing dengan keunggulannya sendiri. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul, "Perferensi Mahasiswa Akuntansi Muhammadiyah Sidoarjo dalam memilih Aplikasi Dompet Digital".

## Metode

### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan maksud untuk mengetahui preferensi mahasiswa akuntansi muhammadiyah sidoarjo dalam memilih aplikasi dompet digital. Sugiyono (2018) memberikan penjelasan bahwa metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan

---

penelitian yang didasarkan pada filsafat postpositivisme [9]. Penelitian dilakukan berdasar pada fenomena alamiah dan fakta sosial, diawali dari mempelajari proses atau penemuan yang terjadi secara alamiah dari kegiatan di lapangan, yang kemudian di catat, di analisis, dan diperoleh kesimpulan dari proses tersebut, yang kemudian akan di laporkan secara naratif [10].

### **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini terfokus pada kecenderungan pilihan yang mendasari mahasiswa akuntansi muhammadiyah sidoarjo dalam mempertimbangkan 5 aplikasi dompet digital yang populer yaitu ShopeePay, OVO, GoPay, DANA, dan LinkAja. Serta kendala-kendala yang di alami dalam penggunaan aplikasi dompet digital. Kali ini fokus peneliti adalah pada mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang menggunakan dompet digital.

### **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Program Studi Akuntansi yang beralamatkan di Jalan Mojopahit 666B Sidoarjo Telp. 031-894544 / 031-898097 dan Fax. 031-8949333.

### **D. Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Sumber data primer diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber asli melalui kegiatan wawancara. Data primer tersebut berupa hasil dari kegiatan wawancara dengan responden yang kemudian akan dijadikan dalam bentuk narasi untuk menjawab rumusan masalah dan fokus penelitian yang akan disertai dengan hasil pendokumentasian sebagai pendukung kegiatan wawancara.

### **E. Informasn Penelitian**

Subjek penelitian atau informan kunci dalam penelitian ini, antara lain :

1. Mahasiswa aktif sampai saat ini
2. Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
3. Pengguna dompet digital.

### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini yakni :

1. Wawancara

Teknik wawancara yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara semi terstruktur pada mahasiswa Prodi Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang menggunakan aplikasi dompet digital.

2. Observasi

Peneliti akan melakukan observasi partisipatif, dimana peneliti secara langsung ikut dalam kegiatan. Kegiatan observasi akan berfokus pada penggunaan aplikasi dompet digital dalam transaksi pembayaran.

3. Dokumentasi

---

Dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto atau rekaman wawancara yang diperoleh selama pelaksanaan penelitian.

### **G. Uji Keabsahan Data**

#### 1. Triangulasi Sumber

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara antara satu informan dengan informan lainnya.

#### 2. Triangulasi Metode

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi untuk memastikan keakuratan data tersebut.

### **H. Teknik Analisis**

#### 1. Reduksi Data

Peneliti akan melakukan seleksi pada data yang telah diperoleh, untuk kemudian disesuaikan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan fokus penelitian.

#### 2. Data Display

Peneliti akan menampilkan data hasil wawancara agar mempermudah perencanaan kegiatan yang akan dilakukan peneliti.

#### 3. Verifikasi Data

Peneliti menyampaikan hasil penelitian secara deskriptif atau naratif berdasarkan konsep atau polayang sama, serta memberikan penjelasan dari kutipan-kutipan hasil wawancara yang relevan. Setelah itu, peneliti akan menyimpulkan temuan-temuan dalam laporan penelitian.

## **Hasil dan Pembahasan**

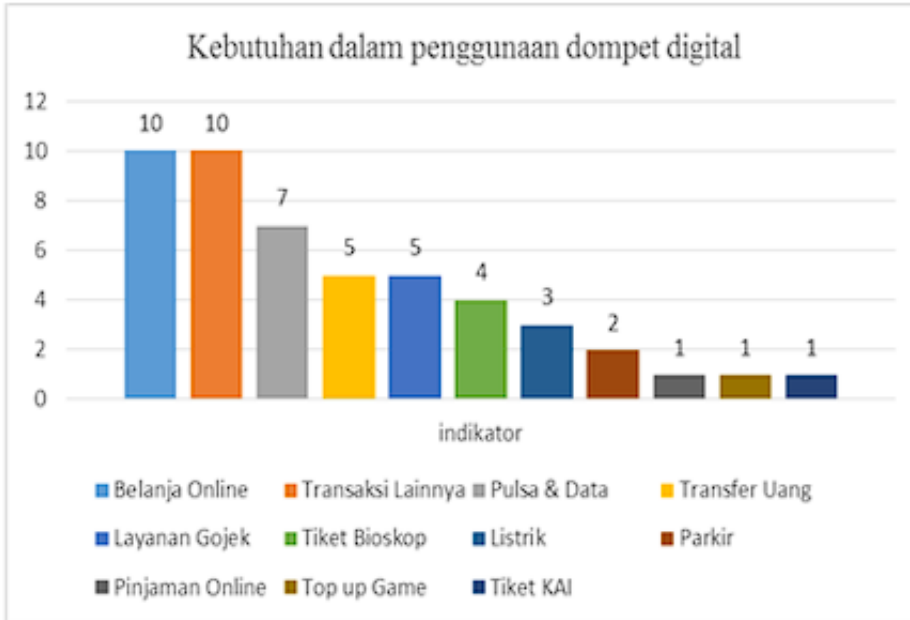
### **A. Preferensi Mahasiswa Akuntansi Muhammadiyah Sidoarjo dalam memilih Dompot Digital yang**

Permasalahan yang diajukan dalam rumusan masalah pertama tentang preferensi mahasiswa akuntansi UMSIDA dalam memilih dompet digital yang sesuai. Berdasarkan teori preferensi, khususnya terkait langkah-langkah dalam terbentuknya preferensi. Berikut adalah langkah-langkah dalam membentuk preferensi menurut Kotler dan Keller [11] :

#### 1. Pengenalan Kebutuhan

Pada tahap ini, proses akan dimulai ketika seseorang menerima rangsangan yang mendorongnya untuk mempertimbangkan pembelian barang atau jasa tertentu. Dalam penelitian ini hal yang akan dipertimbangkan adalah tentang penggunaan jasa tertentu yaitu jasa penggunaan alat pembayaran digital dengan menggunakan dompet digital. Setelah melakukan wawancara secara langsung, peneliti berhasil mengumpulkan data yang menunjukkan bahwa dalam konteks penggunaan dompet digital, subjek penelitian telah melakukan beberapa indikator kebutuhan. Beberapa indikator yang dimaksud adalah subjek menggunakan dompet digital untuk transaksi lainnya yang mencakup pembayaran tagihan PDAM, BPJS, *indihome*, membayar seminar, pembelian BBM, berlangganan di *apple store*, pengisian *saldo e-toll*, belanja di Matahari, belanja di alfamart, dan

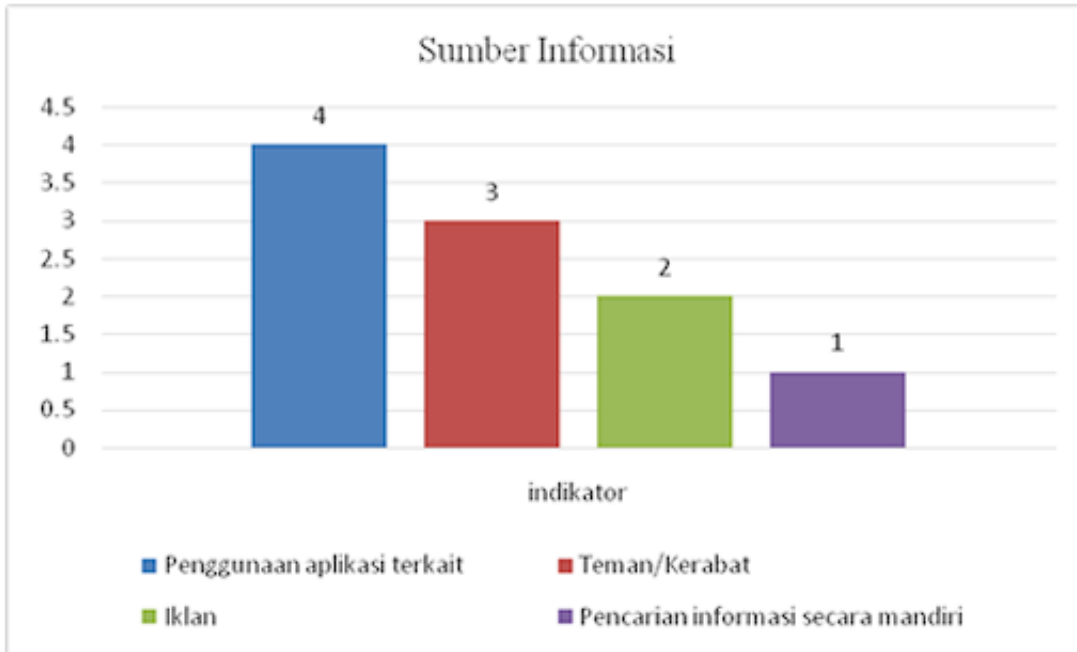
pembelian kopi di *merchant* yang bekerja sama dengan dompet digital. Selain yang masuk dalam transaksi lainnya, transaksi yang dilakukan adalah pembelian pulsa dan paket data, pembayaran tagihan listrik maupun pembelian token listrik, transfer uang antar bank maupun sesama pengguna, belanja *online*, menggunakan layanan gojek, pembelian tiket bioskop, pembayaran parkir, pengajuan pinjaman *online*, *top up game*, dan pembelian tiket KAI. Berdasarkan hasil sesi wawancara, terdapat beberapa subjek yang menggunakan aplikasi pembayaran digital untuk beberapa kebutuhan. Seperti yang terlihat pada grafik berikut ini.



**Figure 1.** Grafik Kebutuhan dalam Penggunaan Dompet digital

## 2. Pencarian Informasi

Jika sudah sampai pada tahap ini, berarti konsumen sudah berhasil mengidentifikasi kebutuhan yang mereka inginkan. Selanjutnya, pengguna akan memiliki motivasi untuk mencari informasi mengenai berbagai layanan produk yang terkait dengan kebutuhan yang mereka inginkan. Pada tahap ini, informasi yang diperoleh memiliki peranan untuk mempengaruhi para penggunadalammenentukan dan menggunakan aplikasi pembayaran digital yang dianggap sesuai menurut mereka. Dari hasil sesi wawancara, ditemukan tiga indikator terkait pencarian informasi mengenai pembayaran digital yang dilakukan oleh informanseperti yang terlihat pada grafik berikut ini :



**Figure 2.** Grafik sumber pencarian informasi mengenai dompet digital

Pada gambar 2 grafik sumber pencarian informasi mengungkapkan bahwa penggunaan aplikasi terkait menjadi sumber pencarian informasi terbanyak yaitu empat orang. Mereka menjelaskan bahwa mereka mendapatkan informasi tentang pembayaran digital karna penggunaan aplikasi terkait, seperti penggunaan aplikasi gojek dan shopee. Kemudian, pada urutan kedua yaitu sumber pencarian informasi melalui teman atau kerabat dekat dengan total sebanyak 3 orang. Selanjutnya, pada urutan ketiga sebanyak 2 orang, mereka mengaku memperoleh informasi mengenai dompet digital melalui iklan di media sosial instagram. Terakhir, terdapat satu orang yang menyatakan bahwa dia memperoleh informasi tentang dompet digital dengan cara mencari tau sendiri.

### 3. Evaluasi Alternatif

Pada fase ini, menggunakan mencoba menemukan informasi tentang berbagai layanan produk yang menarik minatnya. Tujuan tahap ini adalah untuk mempertimbangkan dan menentukan produk atau layanan yang menurut konsumen paling sesuai dibandingkan dengan yang lain. Dari hasil sesi wawancara, diperoleh informasi bahwa sebelum membuat keputusan untuk mengambil pilihan aplikasi pembayaran *e-wallet* yang dianggap sesuai, subjek mengungkapkan bahwa mereka akan setidaknya mengenali atau melakukan pencarian informasi terlebih dahulu mengenai beberapa *e-wallet* yang menarik minat mereka. Tindakan ini dilakukan sebagai faktor yang dipertimbangkan dalam mencari yang dianggap terbaik. Pada tabel 1 dibawah ini merupakan penjelasan beberapa aplikasi pembayaran digital yang menjadi pertimbangan oleh informan penelitian ini :

No	Subjek	Pilihan dompet digital	Pertimbangan
1	EW	Dana, Ovo, Shopeepay	Mudah, praktis dan promo
2	SW	Shopeepay, Dana, Gopay	Mudah, praktis dan promo
3	WA	Dana, Shopeepay	Promo
4	MA	Linkaja, Dana, Gopay, Ovo, Shopeepay	Kebutuhan, gratis biaya transfer dan promo
5	UK	Ovo, Dana, Shopeepay, Gopay	Mudah, praktis, gratis biaya transfer dan promo
6	DN	Shopeepay, Dana, Gopay	Kebutuhan, praktis, gratis biaya transfer dan Promo

7	MJ	Shopeepay	Kebutuhan, gratis biaya transfer dan promo
8	DA	Shopeepay	Kebutuhan dan promo
9	MN	Dana, Shopeepay	Kebutuhan, praktis, gratis biaya transfer dan Promo
10	LN	Dana, Shopeepay, Gopay, Linkaja, Ovo	Kebutuhan, praktis, gratis biaya transfer dan Promo

**Table 1.** *Pertimbangan dompet digital*

#### 4. Tahap Penggunaan

Tahap keputusan pembelian atau penggunaan adalah bagian dari proses keputusan pembelian sebelum pasca perilaku pembelian. Pada tahap ini, konsumen telah mengevaluasi beberapa alternative sebelumnya, dan sekarang mereka akan mengambil tindakan untuk membeli atau menggunakan produk berdasarkan pilihan yang telah dibuat sebelumnya. Dari hasil wawancara dengan subjek penelitian, peneliti menemukan bahwa terdapat empat indikator yang menjadi alasan utama bagi setiap subjek dalam menentukan aplikasi dompet digital yang dianggap paling sesuai. Beberapa subjek dipengaruhi oleh lebih dari satu indikator dalam membuat keputusan penggunaan. Berikut ini tabel 2 yang menggambarkan keputusan semua subjek dalam pemilihan dompet digital yang tepat.

No	Subjek	Keputusan penggunaan	Alasan
1	EW	Dana	Kebutuhan
2	SW	Gopay, Shopeepay	Kebutuhan dan kebiasaan
3	WA	Shopeepay	Kebutuhan
4	MA	Shopeepay dan LinkAja	Kebutuhan dan kebiasaan
5	UK	Shopeepay dan Dana	Kebutuhan dan popularitas
6	DN	Shopeepay	Kebutuhan
7	MJ	Shopeepay	Kebutuhan dan loyalitas
8	DA	Shopeepay	Kebutuhan dan loyalitas
9	MN	Shopeepay	Kebutuhan
10	LN	Dana	Kebutuhan

**Table 2.** *Keputusan dalam pemilihan dompet digital yang tepat*

Berdasarkan penjabaran dari teori preferensi mengenai langkah-langkah dalam terbentuknya preferensi (Kotler dan Keller) yang telah dijabarkan di atas, dalam grafik 1 mengenai kebutuhan dalam penggunaan dompet digital terlihat bahwa sebanyak 10 subjek penelitian menggunakan dompet digital karena faktor kebutuhan. Kemudian pada grafik 2 mengenai sumber pencarian informasi mengenai dompet digital terlihat bahwa sumber informasi mengenai dompet digital diperoleh melalui penggunaan aplikasi terkait, pengalaman dan rekomendasi dari teman/kerabat, iklan dan pencarian informasi secara mandiri. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Qur'aniawan (2022) dengan judul "Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Ponorogo Pada Daya Tarik Shopeepay". Hasil dari penelitian Qur'aniawan (2022) menunjukkan bahwa penggunaan Shopeepay oleh mahasiswa dilatarbelakangi oleh faktor kelompok acuan, status dan kedudukan, keadaan ekonomi serta pembelajaran. Sedangkan persepsi mahasiswa pada daya tarik Shopeepay terkategori dalam persepsi positif dimana mahasiswa menunjukkan penerimaan pada aspek-aspek daya tarik Shopeepay yang didasari oleh pengalaman masa lalu, kebutuhan dan keinginan, pengalaman dari teman, dan komunikasi dari iklan [12].

#### 5. Perilaku Pasca Penggunaan

Tahapan ini, bergantung pada sejauh mana kinerja produk memenuhi harapan. Apabila kinerja tidak memenuhi harapan, konsumen akan merasa frustrasi, sedangkan jika kinerja sesuai atau



melebihi harapan, konsumen akan merasa puas. Jika konsumen merasa puas dengan penggunaan atau pembelian produk atau jasa, ada kemungkinan mereka akan mengulangi pembelian atau penggunaannya di masa mendatang [13]. Pelanggan yang puas akan cenderung merekomendasikan kepada kerabat maupun orang lain. Berikut ini tabel 3 yang menggambarkan kepuasan subjek dalam memilih menggunakan dompet digital yang tepat.

No	Subjek	Indikator	Alasan Pendukung
1	EW	Puas	Kemudahan, discount pulsa dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan.
2	SW	Puas	Kemudahan, praktis, voucher, dan promosi yang diberikan serta fitur yang sesuai kebutuhan.
3	WA	Puas	Tidak adanya kendala saat menjadi pengguna
4	MA	Kurang Puas	Fitur yang diberikan sesuai kebutuhan, akan tetapi masih ada kekurangan di biaya tambahan untuk isi saldo dan juga biaya layanan saat belanja online.
5	UK	Puas	Fitur yang disediakan dapat mempermudah proses transaksi berlangsung dan dengan adanya promo yang diberikan bisa mendapatkan harga yang lebih terjangkau.
6	DN	Puas	Fitur yang praktis dan mudah, serta promo dan voucher yang didapatkan sangat membantu memenuhi transaksi pembayaran.
7	MJ	Puas	Kecepatan pelayanan yang diberikan.
8	DA	Puas	Tidak adanya kendala saat menjadi pengguna
9	MN	Puas	Fitur-fitur yang lengkap dapat membantu berbagai transaksi pembayaran.
10	LN	Puas	Kecepatan saat pemrosesan transaksi, promo yang ada, gratis transfer

**Table 3.** *Kepuasan penggunaan dompet digital*

Berdasarkan tabel 3 mengenai kepuasan penggunaan dompet digital, terlihat bahwa hampir semua subjek merasakan kepuasan dalam menggunakan aplikasi dompet digital pilihannya antara lain Dana, gopay, shopeepay dan linkaja. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukn oleh Widiyawati dkk (2019) dengan judul “Kualitas Layanan, Harga, dan Persepsi Benefit Menggunakan Fitur Gopay”. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa jika konsumen merasa puas dalam merasakan manfaat dari penggunaan gopay, sehingga akan cenderung memilih untuk menggunakan aplikasi tersebut dan pada saat yang sama akan meningkatkan tingkat penggunaannya [14].

### **B. Kendala Yang Dirasakan Oleh Mahasiswa Akuntansi UMSIDA Terkait Penggunaan Dompet Digital**

Merujuk pada teori Ram & Seth mengenai hambatan fungsional, peneliti menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara hambatan penggunaan dengan penggunaan dompet



digital itu sendiri. Hambatan penggunaan atau barrier penggunaan merujuk dalam penggunaan praktis inovasi [15], yang meliputi dua faktor. Pertama, adalah sejauh mana kemudahan atau kesulitan dalam penggunaan produk baru tersebut. Kedua, mengacu pada sejauh mana perubahan diperlukan oleh konsumen dalam penggunaan inovasi produk tersebut, yang seringkali melawan kebiasaan yang mereka miliki. Dengan mengacu pada teori tersebut, Peneliti juga menemukan melalui wawancara bahwa hambatan penggunaan *e-wallet* atau dompet digital berasal dari kendala teknis yang berasal dari sistem. Tabel 4 berikut ini menggambarkan kendala yang di alami.

No	Subjek	Dompet Digital yang digunakan	Kendala atau hambatan
1	EW	Dana	Dari segi system: pernah trouble saat melakukan transaksi diatas 1 juta dan sedikit pending. Aplikasi error tiba-tiba keluar sendiri
2	SW	Shopeepay dan Gopay	Shopeepay, dari segi system : pernah megalami eror saat melakukan transaksi pembayaran Gopay: tidak ada kendala
3	WA	Shopeepay dan Dana	Shopeepay: tidak ada kendala Dana: saat pengisian saldo e-toll tidak mengalami penambahan.
4	MA	LinkAja	Percepatan jaringan saat melakukan transaksi pembayaran, padahal koneksi internet sedang lancar-lancar saja.
5	UK	Shopeepay dan Dana	Tidak ada kendala
6	DN	Shopeepay dan Dana	Dana, dari segi system : dari segi aplikasi yang tiba-tiba keluar sendiri karena belum diupdate. Shopeepay, dari segi system : pernah tidak bisa dipakai sehari karena sedang dalam pemeliharaan.
7	MJ	Shopeepay	Tidak ada kendala
8	DA	Shopeepay	Tidak ada kendala
9	MN	Shopeepay	Dari segi system: pernah mengalami transaksinya tidak berhasil namun saldo tetap terambil oleh system.
10	LN	Shopeepay	Dari segi system : Proses pembayaran yang agak lama karena kendala jaringan yang lambat serta pernah mengalami kegagalan transaksi saat pengisian pulsa.

**Table 4.** *kendala atau hambatan penggunaan dompet digital*

## Simpulan

Penelitian ini bisa selesai karena bantuan dari para mahasiswa akuntansi yang telah bersedia menjadi informan penelitian. Selain itu juga kepada seluruh pihak universitas dan teman-teman angkatan 2016 yang telah memberikan saran, kritik dan juga motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih atas segala bantuan, doa dan kerjasamanya.

---

## References

1. Alyasna, 2021, "Preferensi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya dalam Memilih Aplikasi Dompot Digital," Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. N.D. Abrilia & S. Tri, 2020, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi DANA di Surabaya," Jurnal Pendidikan Tata Niaga.
3. A.H. Prameswari, N.D., & Nurbaiti, 2022, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet," pp. 60-70.
4. A. Mulyana & H. Wijaya, 2018, "Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android," *Komputika*, vol. 7, no. 2, pp. 63-69.
5. M.S.K. Phan & T.A.R. Oktavius, 2022, "Teknologi Keuangan Anak Muda," Universitas Katolik Soegijapranata : ScuKnowledge Media.
6. B. Setiawan, 2019, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Pengaruh Sosial dan Kepercayaan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Teknologi E-Wallet dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," Universitas Lampung, pp. 6-7.
7. G. Wijaya, 2019, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, dan Additional Value terhadap Intention to Use dan Perceived Satisfaction pada Aplikasi E-wallet di kota Padang," Universitas Andalas, pp. 25.
8. E. Putri et al., 2022, "Meningkatkan Niat Menggunakan Dompot Digital pada Generasi Z dan Milenial dengan Cashback Promotion sebagai Mediator," Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung.
9. Sugiyono, 2018, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D," Alfabeta.
10. S. Amirullah et al., 2016, "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif," Media Nusa Creative.
11. P. Kotler & K.L. Keller, 2009, "Manajemen Pemasaran: Edisi Ketiga Belas Jilid 1," Penerbit Erlangga.
12. P.N. Qur'aniawan, 2022, "Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo pada Dya Tarik Shopeepay," Universitas Agama Islam Negeri Ponorogo.
13. T. Abdullah & F. Tantri, 2014, "Manajemen Pemasaran," Rajawali Pers, p. 133.
14. N.P. Widiyawati et al., 2019, "Kualitas Layanan, Harga dan Persepsi Benefit Menggunakan Fitur Go-Pay," *Ilmu Administrasi Bisnis*.
15. T. Suhaeni, 2018, "Analisis Hambatan Fungsional terhadap Adopsi Layanan Mobile Payment," *Jurnal Administrasi Niaga*, p. 38.