

Analisis Perilaku Konsumen terhadap Top Up di Platform Digital : Studi Netnografi

Affan Maulana^{1*)}

¹⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Mataram

*Correspondence Author: affanmaulana138@gmail.com, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v5i2.2435>

Abstrak

Saat ini kemajuan teknologi informasi terus berkembang dalam membantu kehidupan manusia. Menurut Kemkominfo, di Indonesia pengguna internet mencapai 82 juta orang dan mencapai peringkat ke-8 dunia. Saat ini secara bertahap konsumen mulai menerima internet dan melakukan transaksi pembelian, dengan semakin meningkatnya penggunaan layanan digital dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk kebutuhan transaksi, hiburan maupun layanan lainnya, semakin populer. Konsumen menghadapi berbagai platform yang memberikan kemudahan dan kecepatan saat membayar, namun mereka juga perlu mempertimbangkan aspek keamanan dan transparansi. Fenomena ini menciptakan dinamika baru yang baik untuk diteliti, terutama untuk memahami bagaimana konsumen berinteraksi dengan layanan canggih secara online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen terkait aktivitas top-up di platform digital melalui pendekatan netnografi. Faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen meliputi kemudahan akses, keamanan transaksi, promosi menarik, dan ulasan positif dari komunitas online. Dalam komunitas digital, konsumen berbagi pengalaman dan mencari solusi atas kendala yang mereka hadapi, seperti kegagalan transaksi, keterbatasan metode pembayaran, serta kekhawatiran terhadap penipuan dan penyalahgunaan data. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis data sekunder dari komunitas online terkait. Hasilnya menunjukkan pentingnya platform digital untuk meningkatkan pengalaman pengguna melalui antarmuka yang ramah pengguna, keamanan data, dan strategi promosi yang efektif. Dengan memahami kebutuhan konsumen, penyedia layanan dapat membangun kepercayaan dan loyalitas yang lebih baik dalam ekosistem digital.

Kata Kunci: media sosial, netnografi, e-wallet, dompet digital

Abstract

Currently, advances in information technology continue to grow in helping human life. According to the Ministry of Communication and Information, in Indonesia internet users have reached 82 million people and are ranked 8th in the world. Currently, consumers are gradually starting to accept the internet and make purchasing transactions, with the increasing use of digital services in daily life, both for transaction needs, entertainment and other services, becoming increasingly popular. Consumers face various platforms that provide convenience and speed when paying, but they also need to consider aspects of security and transparency. This phenomenon creates a new dynamic that is good to research, especially to understand how consumers interact with advanced services online. This research aims to analyze consumer behavior regarding top-up activities on digital platforms through a netnographic approach. The main factors that influence consumer decisions include ease of access, transaction security, attractive promotions, and positive reviews from the online community. In digital communities, consumers share experiences and seek solutions to the obstacles they face, such as transaction failures, limited payment methods, and concerns about fraud and misuse of data. This research uses qualitative methods with secondary data analysis from related online communities. The results demonstrate the importance of digital platforms to enhance user experience through user-friendly interfaces, data security and effective promotional strategies. By understanding consumer needs, service providers can build better trust and loyalty in the digital ecosystem.

Keywords: social media, netnography, e-wallet, digital wallet

PENDAHULUAN

Saat ini kemajuan teknologi informasi terus berkembang dalam membantu kehidupan manusia. (Putu et al., 2021) Menurut Kemkominfo (2014), di Indonesia pengguna internet mencapai 82 juta orang dan mencapai peringkat ke-8 dunia. Saat ini secara bertahap konsumen mulai menerima internet dan melakukan transaksi pembelian, dengan semakin meningkatnya penggunaan layanan digital dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk kebutuhan transaksi, hiburan maupun layanan lainnya, semakin populer. Di bidang akuntansi, kualifikasi memiliki implikasi signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi dan pengelolaan transaksi. (*Ekosistem Bisnis & Transformasi Digital Perspektif Keberlanjutan Usaha Kecil Kuliner*, n.d., p. 19)

Konsumen menghadapi berbagai platform yang memberikan kemudahan dan kecepatan saat membayar, (Manurung et al., n.d., p. 69) namun mereka juga perlu mempertimbangkan aspek keamanan dan transparansi. Fenomena ini menciptakan dinamika baru yang baik untuk diteliti, terutama untuk memahami bagaimana konsumen berinteraksi dengan layanan canggih secara online

Teknik netnografi memungkinkan peneliti mempelajari perilaku konsumen dengan menganalisis interaksi dalam komunitas online. dengan cara ini, peneliti dapat mengumpulkan data kualitatif mendalam tentang opini pengguna, motivasi, dan pengalaman untuk meningkatkan. Hal ini penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, serta tantangan dalam ekosistem digital.

Melalui penelitian ini, kami berharap dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang perilaku konsumen terkait teknik pencocokan harga pada platform digital, dan berkontribusi pada pengembangan prinsip dan metode praktik akuntansi. Kajian ini juga dapat menjadi referensi bagi pemangku kepentingan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih responsif dan meningkatkan pengalaman pengguna.

Berikut adalah rumusan masalah, tujuan riset, dan manfaat riset untuk analisis perilaku konsumen terhadap top up di platform digital dengan pendekatan studi netnografi:

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan top up di platform digital?
2. Bagaimana interaksi dan pengalaman pengguna dalam komunitas online terkait top up di platform digital?

3. Apa saja kendala atau tantangan yang dihadapi konsumen saat melakukan top up di platform digital?

Tujuan Riset :

1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan top up di platform digital.
2. Untuk menganalisis interaksi dan pengalaman pengguna dalam komunitas online terkait praktik top up.
3. Untuk mengeksplorasi kendala dan tantangan yang dihadapi konsumen dalam proses top up di platform digital.

Manfaat Riset :

1. Memberikan wawasan bagi pengelola platform digital untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam proses top up.
2. Membantu perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan pemahaman perilaku konsumen.
3. Menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik dalam bidang perilaku konsumen dan studi netnografi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan paradigma interpretatif. Pendekatan ini fokus pada pemahaman makna dan konteks dari interaksi pengguna dalam komunitas online, serta bagaimana mereka membangun perilaku konsumsi dalam lingkungan digital

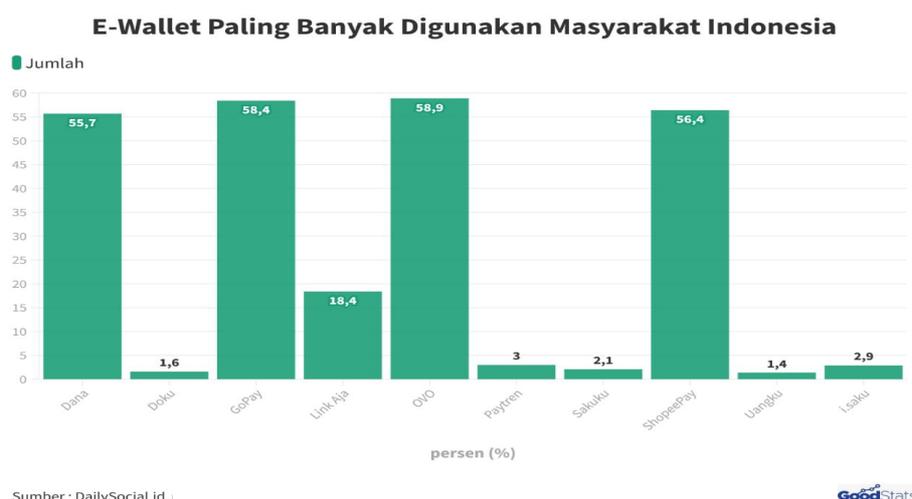
Penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi untuk mengeksplorasi perilaku konsumen terkait top up di platform digital mencakup semua jenis penelitian dan penyelidikan menyeluruh di berbagai forum online, komunitas, dan media sosial yang terkait dengan topik penelitian.

Penelitian ini dilakukan di platform digital atau komunitas online seperti forum, media sosial, atau aplikasi yang sering digunakan untuk top up. Dengan sumber analisis data sekunder. Analisis data sekunder merujuk pada proses analisis terhadap informasi yang

sudah ada tanpa memerlukan kegiatan wawancara, survei, observasi, atau teknik pengumpulan data khusus lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap top up di platform digital menunjukkan beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pengguna. Kemudahan akses menjadi elemen penting, di mana platform dengan antarmuka yang sederhana dan mudah digunakan lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, keamanan transaksi memengaruhi tingkat kepercayaan, dengan konsumen lebih memilih platform yang memberikan perlindungan terhadap data pribadi dan menggunakan sistem enkripsi yang kuat. Promosi menarik, seperti diskon dan penawaran khusus, juga menjadi daya tarik yang signifikan. Selain itu, ulasan positif dan rekomendasi dari komunitas online berperan dalam membangun keyakinan konsumen untuk memilih platform tertentu.



Gambar 1. Hasil Perhitungan Dailysocial.id

Selain itu, ulasan positif dan rekomendasi dari komunitas online berperan dalam membangun keyakinan konsumen untuk memilih platform tertentu.

Dalam hal interaksi, pengguna di komunitas online secara aktif berdiskusi dan berbagi pengalaman terkait top up. Forum-forum ini tidak hanya menjadi sumber informasi tetapi juga ruang untuk mencari solusi atas kendala teknis, sehingga memperkuat hubungan dan rasa saling percaya antar anggota komunitas. Umpan balik mengenai fitur dan layanan

yang diberikan konsumen turut membantu pengelola platform dalam meningkatkan kualitas layanan mereka.

Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala yang dihadapi konsumen. Masalah teknis, seperti kegagalan transaksi atau kesulitan memproses pembayaran, menjadi keluhan utama. Selain itu, keterbatasan metode pembayaran dan saldo yang tersedia sering kali membatasi fleksibilitas konsumen. Kekhawatiran terhadap penipuan dan penyalahgunaan data pribadi juga masih menjadi perhatian, meskipun banyak platform telah mengadopsi langkah-langkah keamanan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan penting tentang perilaku konsumen di ekosistem digital, serta tantangan yang perlu diatasi oleh penyedia layanan. Dengan memahami kebutuhan dan kekhawatiran konsumen, pemangku kepentingan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan, membangun kepercayaan, dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap platform digital yang mereka gunakan.



Gambar 2. Penggunaan Dompot Digital

Dapat kita lihat bahwa masyarakat yang sudah mulai menggunakan e wallet, termasuk cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Salah satu inovasi yang kini semakin populer adalah penggunaan dompet digital atau e-wallet. Dompot digital telah menjadi alternatif yang menarik bagi banyak orang dalam bertransaksi, menggantikan metode tradisional seperti uang tunai atau kartu kredit. baik bagi individu maupun masyarakat secara

keseluruhan. Pertama, dompet digital membantu mendorong inklusi keuangan, terutama bagi mereka yang sebelumnya tidak memiliki akses ke layanan perbankan. Kedua, sistem pembayaran non-tunai yang didukung dompet digital juga membantu mengurangi penggunaan uang fisik, yang pada akhirnya dapat menekan biaya produksi uang dan mendukung ekonomi berkelanjutan. Ketiga, dompet digital memungkinkan pencatatan transaksi secara otomatis, sehingga memudahkan pengguna dalam mengelola keuangan pribadi.

Meskipun memiliki banyak kelebihan, penggunaan dompet digital juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satunya adalah keterbatasan akses teknologi, terutama di daerah terpencil yang belum memiliki infrastruktur internet yang memadai. Selain itu, ancaman keamanan siber seperti peretasan atau phishing tetap menjadi risiko yang perlu diantisipasi. Untuk itu, edukasi kepada masyarakat tentang penggunaan dompet digital yang aman sangat penting.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini mengungkapkan bahwa perilaku konsumen dalam melakukan top-up di platform digital dipengaruhi oleh kemudahan akses, keamanan transaksi, promosi menarik, dan ulasan positif dari komunitas online. Konsumen lebih memilih platform dengan antarmuka yang sederhana, perlindungan data yang kuat, serta sistem promosi yang menarik. Interaksi di komunitas online memainkan peran penting dalam berbagi pengalaman, mencari solusi kendala teknis, dan memberikan umpan balik untuk peningkatan layanan. Meskipun demikian, konsumen masih menghadapi berbagai kendala, seperti masalah teknis, keterbatasan metode pembayaran, dan kekhawatiran terhadap penipuan serta penyalahgunaan data pribadi. Dengan memahami faktor-faktor ini, penyedia layanan digital dapat mengembangkan strategi untuk meningkatkan kepuasan pengguna, membangun kepercayaan, dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

REFERENSI

- Alam, M. M., Awawdeh, A. E., & Muhamad, A. I. B. (2021). Using e-wallet for business process development: challenges and prospects in Malaysia. *Business Process Management Journal*, 27(4), 1142-1162.

- Afista., & Tiara, L. (2024). Analisis perilaku konsumtif gen-z terhadap digital e-wallet DANA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3344-3350.
- Azindhani., & Zidan. (2022). *Penggunaan Aplikasi Dana Sebagai Media Dompot Digital dan Transaksi di Indonesia*.
- Bela, YR, Suhendri, H, & Putri, SA (2023). *Pendapatan Pelaku UMKM Kerajinan Tangan Pasca Pandemi Covid 19 (Studi Secara Netnografi pada UD Berkah, UD Harapan Jaya, UD Sumber Rejeki Desa*, 103.164.117.216, <http://103.164.117.216/handle/071061/3469>
- Buggya, R, Adid, V, & Hermawane, S (2020). Studi Netnografi Tentang Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pesan Antar Makanan Online di Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* ..., academia.edu, <https://www.academia.edu/download/101469478/5823.pdf>
- Ekosistem Bisnis & Transformasi Digital Perspektif Keberlanjutan Usaha Kecil Kuliner*. (n.d.).
- Fantini., Endah., Tamba., & Rousdy, S. (2020). Mediamorfosis edukasi informal online melalui platform digital sebagai peluang bisnis baru. Dalam *Majalah Ilmiah Bijak* (hal. 114-127).
- Faisol, M, & Norsain, N (2023). Netnografi: Perspektif Netizen Terhadap Kenaikan Tarif PPN 11%. *Jurnal Akademi Akuntansi*, ejournal.umm.ac.id, <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jaa/article/view/24536>
- Himawati, D (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen* ..., inobis.org, <http://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/194>
- Koo, F, & Cuandra, F (2022). Analysis of Factors Affecting International E-Wallet Use. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*
- Kusnawan, A, Diana, S, Andy, A, & ... (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen* ..., e-jurnal.lppmunsera.org, <http://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/1861>

- Manurung, C. M., Sipahutar, J. N., Charolin, A., Saputra, Z. E., & Hasyim, H. (n.d.).
Efektivitas Program Q-Ris (Quick Response Code Indonesian Standard) Oleh Bank Indonesia Dalam Meningkatkan Transaksi Non-Tunai.
- Muliati, Y (2022). Peran Media Sosial Sebagai Sosialisasi Literatur Investasi (Studi Netnografi Pada Media Sosial Youtube Dan Instagram *Proceeding International Confrence on Religious & ...*
- Nuha, U, Qomar, MN, & Maulana, RA (2020). Perlukah E-Wallet Berbasis Syariah?.
MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance
- Syifa, N., & Tohang, V. (2020, August). The use of e-wallet system. In *2020 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)* (pp. 342-347).