

Press Release

**SURVEI INSIGHTASIA:
SELAIN PEMBAYARAN, PENGGUNA MULAI GUNAKAN E-WALLET
UNTUK MENGELOLA KEUANGAN**

**GoPay jadi Dompot Digital Dengan Pangsa Pasar Terbesar
dengan Loyalitas Konsumen Terkuat**

Jakarta, 28 November 2022. Bertepatan dengan Bulan Fintech Nasional, perusahaan riset pemasaran InsightAsia memaparkan hasil riset bertajuk "*Consistency That Leads: E-Wallet Industry Outlook 2023*" yang menghadirkan gambaran utuh lanskap kepemimpinan pasar dompet elektronik di Indonesia.

Hasil riset ini menunjukkan bahwa dompet digital semakin menjadi metode pembayaran paling yang dipilih masyarakat digital Indonesia, dibanding metode pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset menunjukkan 71% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka. Penggunaan dompet digital mengungguli metode pembayaran lainnya seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%) dan VA transfer (16%).

Hasil riset ini juga menunjukkan GoPay sebagai platform dompet digital yang secara konsisten paling banyak digunakan oleh konsumen, sejak lebih dari 5 tahun terakhir sampai saat ini. Sebagian besar pengguna dompet digital pernah menggunakan GoPay (71%) dan terus setia menggunakan sampai saat ini (58%). Posisi kedua diduduki oleh OVO dengan 70% responden pernah menggunakan, dan 53% menggunakan dalam tiga bulan terakhir. Posisi terakhir dalam tiga besar ini diisi oleh Dana, dengan 61% responden pernah menggunakan namun tidak termasuk dalam tiga besar kategori penggunaan dalam tiga bulan terakhir, serta ShopeePay yang digunakan oleh 51% responden dalam tiga bulan terakhir namun tidak masuk dalam tiga besar kategori pernah digunakan.

Research Director InsightAsia, Olivia Samosir menyampaikan, "Terdapat lima faktor pendorong utama yang memungkinkan *brand* dompet digital berhasil memimpin pasar, yaitu aman digunakan dan memastikan saldo konsumen terlindungi, mudah sekaligus nyaman digunakan dalam bertransaksi, bebas limit penggunaan bulanan dan dapat digunakan untuk pembayaran kebutuhan sehari-hari secara maksimal. Kemampuan memenuhi kebutuhan-kebutuhan inilah yang membuat sebuah brand dapat meraih kepercayaan tertinggi dari konsumen".

Kemampuan inipun tidak bisa hanya dilakukan dalam periode singkat untuk memenangkan preferensi konsumen. Harus didukung oleh konsistensi kinerja yang baik, secara terus-menerus. Konsistensi dalam men-*deliver* atau memenuhi

kebutuhan-kebutuhan inilah yang pada akhirnya akan menciptakan *Consumer Experience* atau pengalaman konsumen yang menyenangkan dan membuat konsumen setia untuk terus menggunakan brand tersebut.

Kita lihat bahwa GoPay menempati posisi tertinggi pada kelima faktor pendorong di atas. Selanjutnya, dari pendapat dari para pengguna GoPay yang mengatakan bahwa mereka memiliki pengalaman yang baik dan menyenangkan (84%) selama menggunakan GoPay, berarti *delivery* atau pemenuhan kebutuhan ini dilakukan secara konsisten, terus-menerus. Jadi tidaklah mengherankan jika tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap GoPay mengungguli pemain dompet digital lainnya.”

Hasil riset memperlihatkan GoPay mendapatkan kepuasan dari 84% konsumen, disusul oleh OVO sebesar 80%, dan Dana sebesar 75%. Padahal, mayoritas responden (61%) menggunakan 2 hingga 3 platform e-wallet untuk pembayaran berbagai transaksi, baik *online* maupun *offline*.

Riset InsightAsia juga menemukan kecenderungan penggunaan dompet digital telah berkembang dari sekadar pembayaran ke pengelolaan uang seperti transfer uang, menyediakan riwayat transaksi, dan fitur bayar belakangan atau *paylater*. Ada 10 macam penggunaan dompet digital, paling besar adalah belanja di e-commerce, kemudian top-up pulsa telepon seluler, diikuti oleh transfer uang dalam platform, melihat riwayat transaksi, transfer bank, pesan kuliner, pembayaran tagihan, pembayaran offline pengeluaran rumah tangga dan *paylater*.

Olivia Samosir menambahkan, “Hal ini menarik, bahwa perusahaan digital yang menaungi dompet digital dan e-commerce dalam satu atap jadi memiliki bonus tersendiri. Mereka memiliki potensi menjadi pemenang pasar karena menyediakan kelengkapan dan kemudahan bertransaksi, contohnya GoTo yang memiliki Tokopedia dan GoPay dalam satu ekosistem.”

Masa pandemi turut memicu pergeseran kebiasaan masyarakat ke transaksi non tunai. Upaya pembatasan interaksi antar-manusia juga memicu meningkatnya transaksi nontunai. Ini menjadikan peran uang elektronik yang semakin penting.

Nilai transaksi uang elektronik telah tumbuh pesat hingga 58,6% dalam satu tahun terakhir, dan volume transaksi meningkat 37,49% dengan nilai transaksi uang elektronik bulanan mencapai Rp35,1 triliun.

Di penghujung hasil riset InsightAsia menarik kesimpulan bahwa teknologi finansial, seperti e-wallet dan kode QR akan terus meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan membuka lebih banyak akses ke beragam aktivitas produktif. Saat masyarakat memperluas penggunaan e-wallet dan QR, kondisi ini dipercaya akan membawa industri ke tingkat yang sama sekali baru. Hanya *brand* yang mampu memenuhi kebutuhan *fintech* masyarakat dan mewujudkan janjinya secara konsisten yang dapat memenangkan pasar di masa depan.

Survei yang digagas di Bulan Fintech Nasional ini melibatkan 1300 responden dan dilaksanakan di 7 kota besar di Indonesia meliputi Jabodetabek, Bandung, Medan,



Makassar, Semarang, Palembang dan Pekanbaru dari tanggal 19-30 September 2022.

Tentang InsightAsia

PT InsightAsia Research Group Indonesia (InsightAsia – The Asia Market Research Specialist) adalah Perusahaan Riset yang didirikan sejak 1997 dan memiliki lebih dari 120 research expert di Indonesia, Singapore, Thailand, Malaysia, Philippines, Vietnam dan China. Selama lebih dari 24 tahun InsightAsia telah membantu ratusan perusahaan mengembangkan bisnis mereka dengan keputusan-keputusan yang berbasis data hasil riset pasar.

Untuk Informasi Lebih Lanjut:

Caecilia Brahmana
Media Relations InsightAsia
+62 812 8832 9343