



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENGARUH ELEMEN *REWARD GAMIFIKASI*, DOMPET DIGITAL, DAN KREDIT DIGITAL TERHADAP NILAI TRANSAKSI LOKAPASAR SHOPEE

AKBAR MAULANA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Elemen Reward Gamifikasi, Dompet Digital, dan Kredit Digital terhadap Nilai Transaksi Lokapasar Shopee” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, 8 Agustus 2025

Akbar Maulana
K1401211002

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

AKBAR MAULANA. Pengaruh Elemen *Reward* Gamifikasi, Dompet Digital, dan Kredit Digital Terhadap Nilai Transaksi Lokapasar Shopee. Dibimbing oleh ANITA PRIMASWARI WIDHIANI dan ASADUDDIN ABDULLAH.

Nilai transaksi lokapasar di Indonesia terus mengalami peningkatan dan mencapai Rp476,3 triliun pada tahun 2022. Sebagai upaya dalam mendorong peningkatan nilai transaksi di lokapasar, digunakan strategi seperti *reward* gamifikasi, dompet digital, dan kredit digital. Shopee menjadi salah satu lokapasar yang menerapkan ketiga strategi tersebut, namun keberagaman fitur ini berdampak pada peningkatan biaya operasional perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga fitur tersebut terhadap nilai transaksi konsumen serta memberikan rekomendasi strategi untuk meningkatkan nilai transaksi konsumen Shopee. Data diperoleh melalui kuesioner *online* kepada 130 konsumen Shopee yang disebarluaskan melalui media sosial, kemudian dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil menunjukkan bahwa kredit digital berpengaruh signifikan terhadap total nilai transaksi, sedangkan elemen *reward* gamifikasi dan dompet digital tidak signifikan berpengaruh. Rekomendasi strategi meliputi diversifikasi tenor yang dipersonalisasi berdasarkan karakteristik belanja konsumen, optimalisasi proses pencairan limit, segmentasi opsi angsuran terjangkau yang lebih personal, dan transparansi informasi layanan melalui pemanfaatan *chatbot*.

Kata kunci: dompet digital, kredit digital, nilai transaksi, *reward* gamifikasi, Shopee

ABSTRACT

AKBAR MAULANA. The Impact of Gamification Reward Elements, Digital Wallets, and Digital Credit on the Transaction Value in Shopee's Online Marketplace. Supervised by ANITA PRIMASWARI WIDHIANI and ASADUDDIN ABDULLAH.

The transaction value of marketplaces in Indonesia continues to increase and reached IDR 476.3 trillion in 2022. To encourage this growth, strategies such as gamification rewards, digital wallets, and digital credit are applied. Shopee is one of the marketplaces that adopts these three strategies, but the variety of features also leads to higher operational costs. This study aims to analyze the effect of these features on consumer transaction value and provide strategic recommendations to increase Shopee consumer transactions. Data was collected through an online questionnaire distributed to 130 Shopee consumers via social media and analyzed using SEM-PLS. The results show that digital credit has a significant effect on total transaction value, while gamification rewards and digital wallets have no significant effect. The proposed strategies include personalized diversification of installment tenors based on consumer shopping behavior, optimization of credit limit disbursement, segmentation of more affordable installment options, and transparency of service information using chatbot.

Keywords: digital wallet, digital credit, transaction value, reward gamification, Shopee

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



©Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



PENGARUH ELEMEN *REWARD GAMIFIKASI*, DOMPET DIGITAL, DAN KREDIT DIGITAL TERHADAP NILAI TRANSAKSI LOKAPASAR SHOPEE

AKBAR MAULANA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

IPB University

Tim Pengaji pada Ujian Skripsi:

1. Ir. Retnaningsih, M.Si.
2. Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

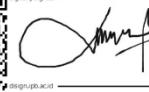


Judul Skripsi : Pengaruh Elemen *Reward* Gamifikasi, Dompet Digital, dan Kredit Digital terhadap Nilai Transaksi Lokapasar Shopee
Nama : Akbar Maulana
NIM : K1401211002

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si.

Digital signature by:
Anita Primaswari Widhiani
Date: 21 Agu 2025 10:45:42 WIB
Verify at disign.ipb.ac.id

Digital signature by:

disign.ipb.ac.id

Pembimbing 2:
Dr. Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001

Digital signature by:

disign.ipb.ac.id



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan. Judul penelitian yang diangkat pada tugas akhir ini adalah “Pengaruh Elemen *Reward* Gamifikasi, Dompet Digital, dan Kredit Digital terhadap Nilai Transaksi Lokapasar Shopee”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang terlibat secara langsung dalam penulisan skripsi ini:

1. Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si. selaku ketua komisi pembimbing skripsi dan Dr. Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc. selaku anggota komisi pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak arahan, masukan, motivasi dan nasihat selama penulisan tugas akhir.
2. Dr. Nimmi Zulbainarni S.Pi., M.Si. selaku dosen moderator presentasi bisnis yang turut memberi masukan dan arahan serta memandu kelancaran berjalannya presentasi bisnis penulis.
3. Ir. Retnaningsih, M.Si. selaku dosen penguji pertama dan Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc. yang telah memberikan banyak masukan dan saran perbaikan serta memandu berjalannya ujian skripsi hingga selesai.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada semua pihak yang terlibat secara tidak langsung dalam penulisan skripsi ini:

1. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Yudi Purnawan dan Ibu Neneng Johariah yang senantiasa memberikan do'a, motivasi, semangat, dan kasih sayang yang tidak pernah putus kepada penulis.
2. Kepada kedua kakak penulis yaitu Dian Yulia Prawita dan Andika Jodhi Saputra yang senantiasa memberikan do'a, saran, dan dukungan selama penulisan tugas akhir ini.
3. Kepada para sahabat penulis yaitu Muhammad Dodi Bokasa, Rahman Aulia Mulki, Adinda Kirana Murni Siregar, Rahma Maulidya, Krisdianto, teman-teman alumni kelas XII Mipa 4 SMAN 2 Tanjung Pandan, dan keluarga besar IKPB Bogor dan IKPB Bogor 58, serta seluruh teman-teman penulis lainnya atas dukungan, do'a, semangat, dan bantuan terhadap penulisan tugas akhir ini.
4. Seluruh pihak terkait yang sudah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, 08 Agustus 2025

Akbar Maulana



| DAFTAR ISI | | |
|---|--|-----|
| DAFTAR TABEL | | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | | xvi |
| I PENDAHULUAN | | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | | 7 |
| II TINJAUAN PUSTAKA | | 8 |
| 2.1 <i>Reward Gamifikasi pada Marketplace</i> | | 8 |
| 2.2 Dompet Digital pada <i>Marketplace</i> | | 9 |
| 2.3 Kredit Digital pada <i>Marketplace</i> | | 10 |
| 2.4 Nilai Transaksi pada <i>Marketplace</i> | | 10 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian | | 11 |
| 2.6 Alur Pemikiran | | 12 |
| III METODE | | 13 |
| 3.1 Waktu dan Tempat | | 13 |
| 3.2 Jenis dan Cara Pengumpulan Data | | 13 |
| 3.3 Model Penelitian | | 14 |
| 3.4 Variabel Operasional | | 14 |
| 3.5 Metode Penarikan Sampel | | 16 |
| 3.6 Metode Analisis Data | | 17 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 20 |
| 4.1 Pengaruh Elemen <i>Reward Gamifikasi</i> , Dompet Digital, dan Kredit Digital Terhadap Nilai Transaksi Lokapasar Shopee | | 20 |
| 4.2 Rekomendasi Manajerial PT Shopee International Indonesia untuk Meningkatkan Nilai Transaksi Konsumen | | 31 |
| V SIMPULAN DAN SARAN | | 36 |
| 5.1 Simpulan | | 36 |
| 5.2 Saran | | 36 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 37 |
| LAMPIRAN | | 45 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak mengugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

| | | |
|----|--|----|
| 1 | Perbandingan <i>cost of service</i> , pendapatan, dan keuntungan SEA Limited Group tahun 2022-2024 | 6 |
| 2 | Elemen <i>reward</i> gamifikasi dalam setiap kategori Indikator penggunaan dompet digital | 8 |
| | Faktor penggunaan kredit digital | 9 |
| | Skala likert penelitian | 10 |
| | Variabel dan indikator penelitian | 13 |
| | Hasil evaluasi nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) tahap pertama | 15 |
| | Nilai <i>fornell larcker criterion</i> model tahap pertama | 23 |
| | Hasil evaluasi nilai <i>Average Variance Extracted</i> tahap kedua | 24 |
| | Nilai <i>fornell larcker criterion</i> model tahap kedua | 25 |
| | Hasil evaluasi nilai reliabilitas model | 25 |
| | Hasil uji <i>Q square</i> model | 26 |
| 13 | Hasil uji nilai ukuran efek (f^2) | 27 |
| 14 | Hasil uji pengaruh langsung menggunakan <i>bootstrapping</i> | 28 |
| 15 | Alasan responden memilih <i>marketplace</i> untuk berbelanja | 29 |
| 16 | Karakteristik pengeluaran responden berdasarkan pekerjaan | 31 |
| 17 | Nilai <i>cross loading factor</i> | 32 |
| 18 | Opsi cicilan/tenor kredit digital Shopee | 32 |
| | | 33 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|----|--|----|
| 1 | Pertumbuhan nilai transaksi di <i>marketplace</i> Indonesia tahun 2018-2022 (Sumber: diadaptasi dari GoodStats 2023) | 1 |
| 2 | Perbandingan nilai total barang terjual di 5 platform <i>marketplace</i> di Indonesia tahun 2023 (Sumber: diadaptasi dari Databoks 2025) | 3 |
| 3 | Toko <i>online</i> paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia tahun 2025 (Sumber: diadaptasi dari APJII 2025) | 4 |
| 4 | Jumlah kunjungan tahunan aplikasi Shopee di Indonesia (Sumber: diadaptasi dari iPrice 2022 dan Databoks 2023) | 4 |
| 5 | Model hipotesis penelitian | 11 |
| 6 | Alur pemikiran | 12 |
| 7 | Model penelitian | 14 |
| 8 | Model SEM- PLS penelitian tahap 1 | 20 |
| 9 | Model SEM-PLS penelitian tahap 2 | 21 |
| 10 | Hasil evaluasi nilai <i>factor loading</i> tahap satu | 22 |
| 11 | Hasil evaluasi nilai <i>factor loading</i> tahap dua | 24 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|---|---|----|
| 1 | Kuesioner Penelitian | 46 |
| 2 | Karakteristik Responden | 49 |
| 3 | Contoh Laporan Nilai Transaksi Konsumen | 51 |