

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**



- 

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Elemen *Reward* Gamifikasi, Dompot 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

ABSTRAK

AKBAR MAULANA. Pengaruh Elemen *Reward* Gamifikasi, Dompot 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 disebarakan 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 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 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**



@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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

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

Judul Skripsi : Pengaruh Elemen *Reward* Gamifikasi, Dompot 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.



Pembimbing 2:

Dr. Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian:
08 Agustus 2025

Tanggal Lulus:

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, Dompot 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 Zulfainarni 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</i> Gamifikasi pada <i>Marketplace</i>	8
2.2 Dompot 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</i> Gamifikasi, Dompot 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



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	8
3	Indikator penggunaan dompet digital	9
4	Faktor penggunaan kredit digital	10
5	Skala likert penelitian	13
6	Variabel dan indikator penelitian	15
7	Hasil evaluasi nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) tahap pertama	23
8	Nilai <i>fornell larcker criterion</i> model tahap pertama	24
9	Hasil evaluasi nilai <i>Average Variance Extracted</i> tahap kedua	25
10	Nilai <i>fornell larcker criterion</i> model tahap kedua	25
11	Hasil evaluasi nilai reliabilitas model	26
12	Hasil uji <i>Q square</i> model	27
13	Hasil uji nilai ukuran efek (f^2)	28
14	Hasil uji pengaruh langsung menggunakan <i>bootstrapping</i>	29
15	Alasan responden memilih <i>marketplace</i> untuk berbelanja	31
16	Karakteristik pengeluaran responden berdasarkan pekerjaan	32
17	Nilai <i>cross loading factor</i>	32
18	Opsi cicilan/tenor kredit digital Shopee	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