

**ANALISIS PROSES BISNIS DAN KUALITAS LAYANAN DIGITAL
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL
SHOPEEPAY DAN DANA DI SALAH SATU KAMPUS BANDUNG
(PENDEKATAN SERVQUAL)**

Delvina¹, Franciskus Antonius Alijoyo²

School Of Business And Information Technology STMIK LIKMI

E-mail: delvinavina738@gmail.com¹,
franciskus.antonius.alijoyo63@gmail.com²

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam sistem pembayaran, termasuk meningkatnya penggunaan dompet digital seperti ShopeePay dan DANA di Indonesia. Layanan dompet digital kini menjadi bagian penting dalam proses bisnis, yang menuntut kecepatan, efisiensi, dan kepuasan pengguna sebagai indikator utama keberhasilannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan ShopeePay dan DANA menggunakan metode SERVQUAL yang mengukur lima dimensi utama: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Selain itu, penelitian juga menganalisis proses bisnis di balik layanan digital tersebut untuk mengidentifikasi hubungan antara aktivitas operasional dan kepuasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum persepsi pengguna lebih tinggi dari harapan, yang mengindikasikan layanan telah memenuhi ekspektasi. Meskipun demikian, terdapat beberapa dimensi dengan nilai GAP negatif yang menjadi perhatian untuk perbaikan proses bisnis. Temuan ini memberikan rekomendasi strategis bagi penyedia layanan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional guna mencapai tujuan usaha dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: ShopeePay, Dana, SERVQUAL, Proses Bisnis, Triple Bottom Line, Kepuasan Pengguna, Dompet Digital.

1. PENDAHULUAN

Proses bisnis adalah rangkaian kegiatan yang saling bekerja sama dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan usaha. Jika proses ini berjalan dengan baik, maka pekerjaan akan jadi lebih cepat, mudah, dan teratur [1]. Proses bisnis berfungsi sebagai mekanisme dalam mengatur berbagai aktivitas, sekaligus memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai keterkaitan antar kegiatan dalam suatu sistem kerja [2]. Terdapat tiga aspek utama dalam proses bisnis, yaitu: purpose sebagai tujuan luhur organisasi, goals untuk menjaga arah pencapaian tujuan dan strategic objectives yang menjadi panduan konkrit dalam pelaksanaan kegiatan operasional [3]. Proses bisnis yang dirancang dengan baik mencakup aktivitas yang efisien dan efektif, sehingga dapat mendorong peningkatan produktivitas, optimalisasi sumber daya manusia, pengambilan keputusan yang tepat, serta peningkatan kinerja dan keuntungan organisasi. Agar proses bisnis dapat berjalan secara optimal, maka diperlukan pemahaman dan penerimaan yang baik dari seluruh pihak yang terlibat [4].

Perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini telah memberikan dampak signifikan di berbagai sektor. Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan analisis data mampu mendukung proses pengambilan keputusan secara lebih cepat dan cerdas. Salah satu

bentuk kemajuan tersebut terlihat pada sistem pembayaran, di mana teknologi telah menggantikan peran uang tunai dengan metode transaksi digital [5]. Didorong oleh kemajuan teknologi, semakin banyak masyarakat yang beralih menggunakan dompet digital sebagai metode pembayaran. Dompet digital sendiri merupakan akun prabayar yang dilindungi oleh kata sandi, yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dana serta melakukan transaksi secara online, seperti membayar makanan, berbelanja di e-commerce, hingga membeli tiket penerbangan. Dompet digital kini semakin berkembang di Indonesia, salah satunya adalah DANA yang diperkenalkan pada 5 Desember 2018. Layanan ini dikembangkan oleh Elang Sejahtera Mandiri, anak perusahaan dari PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) melalui kerja sama strategis dengan Ant Financial. DANA dirancang untuk memudahkan masyarakat melakukan transaksi non-tunai dan non-kartu secara cepat dan praktis [9]. Sebelumnya, pada Agustus 2018, PT Airpay International Indonesia juga telah meluncurkan layanan uang elektronik bernama ShopeePay setelah memperoleh izin resmi dari Bank Indonesia. Pengguna dapat mengakses ShopeePay dengan mengunduh aplikasi Shopee melalui Play Store atau App Store, dan memanfaatkannya untuk berbagai jenis transaksi digital secara efisien [6].

Dalam konteks layanan, kepuasan pengguna menjadi indikator utama dalam mengevaluasi keberhasilan sistem. Penelitian ini menitikberatkan pada upaya peningkatan layanan dengan menerapkan metode SERVQUAL, yang mengukur kualitas layanan berdasarkan lima dimensi utama, yaitu: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy [7]. Selain itu, penelitian ini juga meninjau layanan dari perspektif proses bisnis untuk memahami bagaimana alur dan aktivitas operasional yang terjadi dapat memengaruhi persepsi serta kepuasan pengguna. Dengan pendekatan ini, diharapkan diperoleh gambaran menyeluruh mengenai kesenjangan antara harapan dan persepsi pengguna, sekaligus peluang perbaikan dari proses bisnisnya.

2. METODE PENELITIAN

Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei menggunakan kuesioner sebagai alat utama pengumpulan data. Tahapan penelitian dilakukan secara sistematis melalui beberapa langkah sebagai berikut:

1. Identifikasi Permasalahan

Peneliti mengidentifikasi isu terkait kepuasan pengguna layanan ShopeePay dan Dana, khususnya di lingkungan kampus, serta pentingnya memahami proses bisnis yang mendasari layanan tersebut.

2. Studi Literature

Dilakukan penelusuran terhadap teori-teori yang relevan, seperti konsep SERVQUAL untuk pengukuran kualitas layanan, serta pendekatan proses bisnis dan Triple Bottom Line (People, Planet, Profit) sebagai kerangka evaluasi.

3. Perancangan Kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Setiap dimensi terdiri dari dua indikator utama: harapan (expectation) dan persepsi (perception). Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan rentang 1–5.

4. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dari responden yang merupakan mahasiswa pengguna ShopeePay dan Dana di kampus dengan teknik purposive sampling

5. Analisis Data

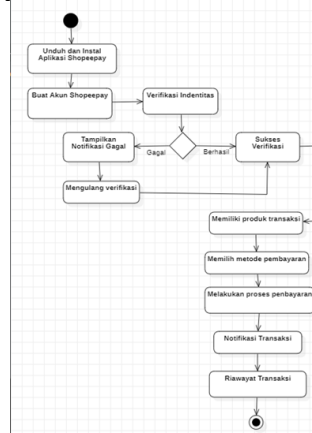
Data dianalisis untuk mengukur gap antara persepsi dan harapan pengguna pada masing-masing dimensi SERVQUAL. Selain itu, dilakukan peninjauan terhadap proses bisnis yang terlibat dalam layanan ShopeePay dan Dana, guna mengidentifikasi potensi perbaikan dari sisi operasional dan layanan.

6. Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, ditarik kesimpulan mengenai tingkat kepuasan pengguna serta rekomendasi strategis untuk meningkatkan kualitas layanan ShopeePay dan Dana, baik dari aspek teknis maupun proses bisnis.

Proses Bisnis Layanan ShopeePay

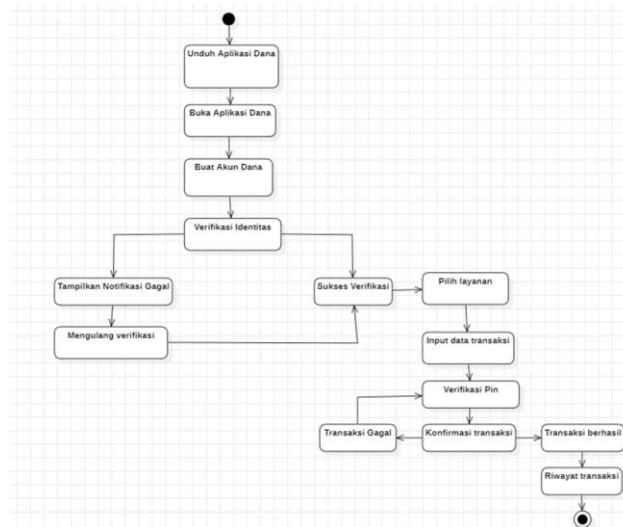
ShopeePay menjalankan proses bisnis berbasis teknologi digital yang mencakup serangkaian aktivitas terintegrasi, mulai dari pendaftaran pengguna, pengisian saldo, pemrosesan transaksi, hingga penyelesaian pembayaran. Setiap tahapan dalam proses ini berperan penting dalam membentuk pengalaman layanan yang diterima oleh pengguna. Dengan memahami alur proses bisnis tersebut, dapat diperoleh gambaran menyeluruh mengenai efisiensi sistem, kecepatan layanan, serta titik-titik interaksi utama antara pengguna dan layanan ShopeePay. Berikut ini merupakan ilustrasi proses bisnis yang dijalankan oleh ShopeePay dalam menyediakan layanan transaksinya kepada pengguna.



Gambar 1. Proses Bisnis Shoopepay

Proses Bisnis Layanan Dana

DANA menerapkan proses bisnis berbasis teknologi digital yang melibatkan rangkaian aktivitas yang saling terhubung, mulai dari registrasi akun pengguna, pengisian saldo melalui berbagai metode, pemrosesan transaksi digital, hingga penyelesaian pembayaran kepada mitra atau merchant. Setiap tahapan dalam proses ini memiliki peran strategis dalam membentuk kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna. Dengan memahami alur proses bisnis DANA, dapat diperoleh gambaran menyeluruh mengenai efisiensi sistem, keandalan proses transaksi, serta titik-titik kontak utama antara pengguna dan platform DANA. Berikut ini merupakan ilustrasi proses bisnis yang dijalankan oleh DANA dalam menyediakan layanan dompet digital kepada penggunanya.



Gambar 2. Proses Bisnis Dana

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan populasi yaitu mahasiswa di salah satu kampus di Bandung yang menggunakan layanan dompet digital ShopeePay dan Dana. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah kurang lebih 30 responden [8].

Penyusunan Kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy. Setiap dimensi diwakili oleh beberapa pernyataan yang mencerminkan harapan dan persepsi pengguna terhadap layanan ShopeePay. Instrumen ini menggunakan skala Likert 1–5, dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Penyusunan item kuesioner mengacu pada studi literatur dan disesuaikan dengan konteks layanan dompet digital di lingkungan kampus. Sebelum digunakan, kuesioner diuji terlebih dahulu melalui uji coba terbatas.

Langkah – langkah Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahapan utama, yaitu:

1. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk memperoleh landasan teori yang relevan mengenai layanan dompet digital, kualitas layanan (SERVQUAL), proses bisnis, dan konsep Triple Bottom Line (3P: People, Planet, Profit). Sumber literatur berasal dari jurnal ilmiah, buku, dan publikasi terpercaya lainnya.

2. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL dan disebarkan kepada mahasiswa yang menggunakan ShopeePay dan Dana di lingkungan kampus. Instrumen ini bertujuan mengukur persepsi dan harapan pengguna terhadap kualitas layanan yang diberikan. Pengumpulan dilakukan secara online dalam kurun waktu tertentu, dan hasilnya dianalisis untuk melihat kesenjangan antara harapan dan kenyataan layanan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari 45 responden, mayoritas berada pada rentang usia 21 hingga 23 tahun, dengan usia 22 tahun sebagai kelompok terbanyak. Dari segi jenis kelamin, proporsi antara laki-laki dan perempuan seimbang, masing-masing sebesar 50%. Sementara itu, berdasarkan lama penggunaan aplikasi dompet digital, sebagian besar

responden (44,4%) menggunakan aplikasi dalam kurun waktu kurang dari 6 bulan, diikuti oleh pengguna dengan durasi lebih dari 12 bulan (28,9%) dan pengguna selama 6 hingga 12 bulan (26,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pengguna baru yang persepsinya penting untuk diperhatikan dalam evaluasi layanan.

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Shoopepay sisi Persepsi

Pernyataan	R Hitung	Sig (2 tailed)	Keterangan
P1	0.493	0.001	Valid
P2	0.507	0.000	Valid
P3	0.422	0.004	Valid
P4	0.618	0.000	Valid
P5	0.665	0.000	Valid
P6	0.630	0.000	Valid
P7	0.687	0.000	Valid
P8	0.406	0.006	Valid
P9	0.472	0.001	Valid
P10	0.723	0.000	Valid

Keterangan:

- r hitung: Koefisien korelasi Pearson terhadap total skor persepsi (TOTAL_P).
- Sig. (2-tailed): Nilai signifikansi, menunjukkan apakah korelasi signifikan.
- Signifikan jika $p < 0.05$, sesuai standar pengujian statistik

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap sisi persepsi pernyataan kuesioner ShopeePay, seluruh item pernyataan memiliki hubungan yang valid dengan total skor persepsi pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner berkontribusi secara positif dalam mengukur persepsi keseluruhan pengguna terhadap ShopeePay, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Shoopepay sisi harapan

Pernyataan	R Hitung	Sig (2 tailed)	Keterangan
H1	0.618	0.000	Valid
H2	0.414	0.005	Valid
H3	0.481	0.001	Valid
H4	0.572	0.000	Valid
H5	0.564	0.000	Valid
H6	0.454	0.002	Valid
H7	0.700	0.000	Valid
H8	0.495	0.001	Valid
H9	0.545	0.000	Valid
H10	0.512	0.000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap item-item pernyataan pada kuesioner harapan pengguna ShopeePay, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pernyataan memiliki koefisien korelasi (r hitung) yang signifikan terhadap total skor persepsi, yang ditunjukkan oleh nilai Sig. (2-tailed) $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa item-item tersebut valid dan mampu mengukur persepsi pengguna secara efektif.

Keterangan:

- r hitung: Koefisien korelasi Pearson terhadap total skor harapan (TOTAL_H).
- Sig. (2-tailed): Nilai signifikansi, menunjukkan apakah korelasi signifikan.
- Signifikan jika $p < 0.05$, sesuai standar pengujian statistik

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Dana sisi Persepsi

Pernyataan	R Hitung	Sig (2 tailed)	Keterangan
P1	0.506	0.000	Valid
P2	0.429	0.003	Valid
P3	0.479	0.001	Valid
P4	0.557	0.001	Valid
P5	0.650	0.000	Valid
P6	0.671	0.000	Valid
P7	0.715	0.000	Valid
P8	0.642	0.000	Valid
P9	0.477	0.001	Valid
P10	0.578	0.000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap sisi persepsi pernyataan kuesioner Dana, seluruh item pernyataan memiliki hubungan yang valid dengan total skor persepsi pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner berkontribusi secara positif dalam mengukur persepsi keseluruhan pengguna terhadap Dana, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Keterangan:

- r hitung: Koefisien korelasi Pearson terhadap total skor persepsi (TOTAL_P).
- Sig. (2-tailed): Nilai signifikansi, menunjukkan apakah korelasi signifikan.
- Signifikan jika $p < 0.05$, sesuai standar pengujian statistik

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Dana sisi Harapan

Pernyataan	R Hitung	Sig (2 tailed)	Keterangan
H1	0.427	0.003	Valid
H2	0.420	0.004	Valid
H3	0.515	0.000	Valid
H4	0.417	0.004	Valid
H5	0.723	0.000	Valid
H6	0.593	0.000	Valid
H7	0.597	0.000	Valid
H8	0.472	0.001	Valid
H9	0.671	0.000	Valid
H10	0.472	0.001	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap item-item pernyataan pada kuesioner harapan pengguna Dana, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pernyataan memiliki koefisien korelasi (r hitung) yang signifikan terhadap total skor persepsi, yang ditunjukkan oleh nilai Sig. (2-tailed) $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa item-item tersebut valid dan mampu mengukur persepsi pengguna secara efektif.

Keterangan:

- r hitung: Koefisien korelasi Pearson terhadap total skor harapan (TOTAL_H).
- Sig. (2-tailed): Nilai signifikansi, menunjukkan apakah korelasi signifikan.
- Signifikan jika $p < 0.05$, sesuai standar pengujian statistik

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas terhadap persepsi sisi shoppepay, dilakukan untuk mengukur konsistensi internal instrumen penelitian. Perhitungan dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan pendekatan Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai alpha mencapai 0,6 atau lebih.

Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas Shoopepay sisi Persepsi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
759	10

Uji reliabilitas terhadap harapan sisi shoopepay, dilakukan untuk mengukur konsistensi internal instrumen penelitian. Perhitungan dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan pendekatan Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai alpha mencapai 0,6 atau lebih.

Tabel 6. Hasil Uji Reabilitas Shoopepay sisi Harapan

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
731	10

Uji reliabilitas terhadap persepsi sisi Dana, dilakukan untuk mengukur konsistensi internal instrumen penelitian. Perhitungan dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan pendekatan Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai alpha mencapai 0,6 atau lebih.

Tabel 7. Hasil Uji Reabilitas Dana sisi Persepsi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
712	10

Uji reliabilitas terhadap harapan sisi Dana, dilakukan untuk mengukur konsistensi internal instrumen penelitian. Perhitungan dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan pendekatan Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai alpha mencapai 0,6 atau lebih.

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
770	10

Pendekatan SERVQUAL

Tabel 8. Hasil SERVQUAL Shoopepay

Kode GAP	Mean	Keterangan
GAP1	0.6222	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas
GAP2	0.4222	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas
GAP3	0.0667	Hampir sama dengan harapan → kepuasan rendah
GAP4	0.4667	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas
GAP5	0.4444	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas
GAP6	0.4222	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas
GAP7	0.2000	Persepsi sedikit lebih tinggi dari harapan → puas
GAP8	0.2000	Persepsi sedikit lebih tinggi dari harapan → puas
GAP9	0.2889	Persepsi sedikit lebih tinggi dari harapan → puas
GAP10	0.1333	Persepsi sedikit lebih tinggi dari harapan → puas
Total_GAP	3.2667	Secara keseluruhan, persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas

Perhitungan GAP menunjukkan sebagian besar indikator memiliki nilai positif, artinya persepsi pengguna lebih tinggi daripada harapan. Nilai GAP tertinggi ada pada GAP1

(0,6222) terkait tampilan aplikasi yang menarik dan mudah dipahami. Nilai terendah ada pada GAP3 (0,0667) yang menunjukkan kepuasan relatif rendah pada indikator tersebut. Secara keseluruhan, TOTAL_GAP sebesar 3,2667 mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap layanan ShopeePay.

Kode GAP	Mean	Keterangan
GAP1	0.5116	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas
GAP2	0.4419	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas
GAP3	-0.0698	Persepsi lebih rendah dari harapan → pengguna kurang puas
GAP4	0.6744	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas
GAP5	0.5349	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas
GAP6	-0.1860	Persepsi lebih rendah dari harapan → pengguna tidak puas
GAP7	0.2326	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna cukup puas
GAP8	0.1860	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna cukup puas
GAP9	0.3256	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna puas
GAP10	0.2326	Persepsi lebih tinggi dari harapan → pengguna cukup puas
Total_GAP	3.2558	Persepsi secara keseluruhan lebih tinggi dari harapan → pelanggan puas

Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata TOTAL_GAP sebesar 3.2558, menandakan bahwa persepsi pengguna lebih tinggi dari harapan, sehingga layanan dinilai memuaskan. Meski ada beberapa aspek dengan GAP negatif, secara umum layanan telah memenuhi atau melampaui ekspektasi pengguna.

Penerapan Triple Bottom Line Berdasarkan Hasil Penelitian

1. People (Manusia)

Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas terhadap layanan ShopeePay dan DANA, ditunjukkan oleh nilai GAP positif pada sebagian besar dimensi SERVQUAL, seperti tangibles, reliability, dan responsiveness. Hal ini mencerminkan bahwa proses bisnis yang diterapkan mampu memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan kepada pengguna. Selain itu, mayoritas responden berada pada rentang usia produktif (21–23 tahun), yang menunjukkan bahwa layanan ini berhasil menjangkau kelompok pengguna digital native yang sangat bergantung pada efisiensi layanan.

2. Planet (Lingkungan)

Transaksi digital melalui dompet elektronik seperti ShopeePay dan DANA berkontribusi pada pengurangan penggunaan uang tunai, kertas, dan plastik (struk, kartu fisik), sehingga mendukung praktik ramah lingkungan. Meskipun data Anda tidak secara langsung mengukur dampak lingkungan, digitalisasi sistem pembayaran secara implisit

mengurangi jejak karbon dalam proses transaksi harian, yang sebelumnya mengandalkan sumber daya fisik.

3. Profit (Keuntungan)

Secara bisnis, layanan yang mendapatkan persepsi positif dari pengguna (dibuktikan dari nilai TOTAL_GAP positif) akan meningkatkan kepuasan dan potensi loyalitas pelanggan. Hal ini memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, baik dari sisi pertumbuhan pengguna aktif, frekuensi transaksi, maupun efisiensi biaya operasional. Temuan ini menunjukkan bahwa proses bisnis digital yang efisien dan berbasis layanan pelanggan mampu menciptakan nilai ekonomi secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SERVQUAL terhadap layanan ShopeePay dan Dana, disarankan beberapa perbaikan proses bisnis untuk meningkatkan kualitas layanan. Pada ShopeePay, meskipun secara umum pengguna merasa puas, aspek antarmuka aplikasi yang menunjukkan nilai GAP tertinggi perlu direspons melalui perbaikan proses desain dan pengujian sistem antarmuka guna mempercepat pemahaman pengguna terhadap fitur yang tersedia. Sementara itu, pada layanan Dana, nilai GAP negatif ditemukan pada aspek kecepatan notifikasi dan proses top-up saldo. Oleh karena itu, perbaikan perlu difokuskan pada optimalisasi alur pemrosesan transaksi di backend, termasuk peningkatan performa sistem dan efisiensi integrasi dengan mitra pembayaran. Selain itu, perusahaan perlu meninjau kembali standar waktu layanan (SLA) untuk memastikan seluruh tahapan transaksi berjalan cepat dan konsisten.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006-1012.
- Alijoyo, F. A. (2020, July 22) Introduction Of Business Process [Video]. YouTube. https://youtu.be/_vdHeAJ13nE?si=xtwpc5_frXz95-l
- Angelica, L., & Soebiantoro, U. (2022). Analisa menggunakan dompet digital. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 232-238.
- Maulana, Y. M. (2023). Model Perencanaan Pemodelan Proses Bisnis berdasarkan Business Process Management. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 17(1), 73-85.
- Nurhayati, L., & Setiadi, D. (2017). Pemodelan Proses Bisnis (Studi Kasus PD. Simpati Sumedang). *Infoman's: Jurnal Ilmu-ilmu Informatika dan Manajemen*, 11(1), 40-50.
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Khannan, M. S. A. (2019). Penerapan metode service quality (servqual) untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. *Opsi*, 12(1), 1-11.
- Setiyani, L., Liswadi, G. T., & Maulana, A. (2022). Proses Pengembangan Proses Bisnis Transaksi Penjualan pada Toko Erni Karawang. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 16(4), 181-187.
- Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 69-84. (sample 30 kuantitatif)
- Zuhaira, I. A., & Alijoyo, F. A. (2024). Evaluasi Proses Bisnis Dompot Digital Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Algoritma*, 21(2), 64-72.