

Peta Persaingan Dompot Digital 2026, Siapakah Dompot Digital yang Unggul Menjadi Pilihan Pengguna Menurut Survei Ipsos?

Promosi menarik dan keamanan akun jadi faktor penting memilih dompet digital.

Jakarta, 23 Februari 2026 – Dompot digital (e-wallet) kini bukan sekedar alternatif metode pembayaran, melainkan telah berevolusi menjadi bagian dari gaya hidup finansial masyarakat. Industri ini memasuki fase baru dengan hadirnya ekosistem terpadu dalam satu aplikasi yang mampu memenuhi beragam kebutuhan transaksi digital. Melalui studi terbaru Ipsos Indonesia bertajuk **Digital Wallet Research 2026: User Behavior & Competitive Landscape**, hasil riset menunjukkan dompet digital semakin terintegrasi dalam berbagai kebutuhan transaksi finansial harian, di mana mayoritas masyarakat menggunakan dompet digital untuk belanja *online* (86%), pembelian makanan dan minuman (77%), pembayaran tagihan rutin seperti listrik dan internet (69%) dan transfer ke rekening bank (68%). Dalam momentum pertumbuhan yang pesat, terbuka ruang kompetitif bagi para pemain utama seperti **ShopeePay, GoPay, DANA dan OVO** untuk menghadirkan inovasi berkelanjutan melalui ragam promo, penguatan fitur serta pengembangan ekosistem layanan yang relevan dengan kebutuhan transaksi digital masyarakat.

Di antara para pemain dompet digital di Indonesia, **ShopeePay, GoPay, DANA dan OVO**, ShopeePay menduduki peringkat pertama pada indikator utama. Adapun indikatornya antara lain adalah;

1. Indikator merek yang paling pertama diingat atau **Top Of Mind**, 41% responden memilih ShopeePay, disusul dengan Dana (26%), GoPay (23%), OVO (8%), dan lainnya (2%).
2. Indikator dompet digital yang **digunakan dalam 3 bulan terakhir**, ShopeePay menduduki peringkat paling tinggi dengan persentase 91%, disusul dengan GoPay (67%), Dana (67%) dan OVO (44%).
3. Indikator **jumlah frekuensi transaksi** menggunakan dompet digital per bulan, responden rerata melakukan 23 kali transaksi per bulan menggunakan ShopeePay, disusul oleh OVO, GoPay, dan Dana.

Andi Sukma, Executive Director Ipsos Indonesia mengatakan, "Peta persaingan dompet digital di tahun 2025 telah berevolusi dari sekedar meningkatkan *awareness* menjadi perlombaan pengembangan ekosistem digital dalam satu aplikasi. Riset terbaru IPSOS menunjukkan bahwa preferensi pengguna kini berakar pada keamanan sistem dan kedalaman integrasi layanan. Bukan lagi soal siapa yang paling dikenal, melainkan siapa yang paling mampu hadir di setiap titik sentuh kehidupan finansial masyarakat secara mulus yang terintegrasi."

Tren Perilaku Pengguna dalam Memilih Dompot Digital

Dengan semakin luasnya pemanfaatan dompet digital untuk beragam kebutuhan, preferensi pengguna menjadi aspek krusial dalam menentukan pilihan dompet digital.

Riset terbaru Ipsos mengungkapkan sejumlah faktor utama yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih dompet digital, adapun persebaran preferensinya adalah;

- **Promosi yang menarik**

Di tengah persaingan yang semakin kompetitif, promosi menjadi kunci utama dalam mendorong intensitas transaksi menggunakan dompet digital. Dalam riset ini dipaparkan, dari beragam promo yang ditawarkan, **gratis biaya admin (79%), cashback (71%) dan diskon atau potongan harga (66%)** menjadi tiga promo dompet digital terfavorit responden. Aspek promosi merupakan instrumen penting, tidak hanya dalam meningkatkan daya tarik tetapi juga memperkuat loyalitas pengguna dompet digital.

Riset Ipsos ini mengungkapkan, **ShopeePay** menjadi merek dompet digital yang dinilai paling banyak memberikan gratis biaya admin dengan persentase **56%**, diikuti dengan **DANA, GoPay, dan OVO**. Selain gratis biaya admin, riset ini memperlihatkan bagaimana **cashback** juga menjadi salah satu promosi yang paling menarik dalam ekosistem dompet digital karena memberikan manfaat yang terasa langsung dan instan bagi pengguna. Posisi **ShopeePay** semakin diperkuat dengan kedudukannya di peringkat satu sebagai dompet digital yang dinilai pengguna menawarkan promo cashback paling sering dengan persentase **63%**, diikuti dengan **GoPay, DANA, dan OVO**. Selain itu, pada aspek diskon atau potongan harga juga dimenangkan oleh **ShopeePay (65%)**, disusul **GoPay, DANA, dan OVO**.

- **Terintegrasi dengan aplikasi**

Industri tidak lagi semata-mata bertumpu pada promo. Dari riset ini terlihat, kompetisi nyatanya tidak hanya terjadi di level promo, tetapi juga upaya-upaya dalam membangun asosiasi mereka yang kuat di benak konsumen melalui berbagai aspek. Dompet digital yang terhubung dengan *platform e-commerce* serta layanan digital lainnya memiliki peluang lebih besar untuk digunakan secara berulang. Mengacu pada hasil survei ini, **ShopeePay merupakan dompet digital yang paling sering digunakan untuk transaksi online dengan persentase 68%, diikuti dengan GoPay (17%), DANA (10%) dan OVO (2%).**

- **Banyak digunakan di merchant / toko favorit**

Penggunaan dompet digital tidak hanya dominan dalam transaksi online, tetapi juga semakin kuat di ranah offline melalui QRIS.

Selain penggunaan QRIS, data menunjukkan responden juga menggunakan dompet digital untuk pembelian paket data dan pembayaran tagihan, dengan ShopeePay memimpin dengan perolehan sebesar **53% didorong oleh promo bebas biaya admin untuk paket data dan pembayaran tagihan, serta token listrik yang lebih terjangkau. Posisi berikutnya ditempati oleh GoPay, DANA, dan OVO.**

Untuk memahami bagaimana dompet digital digunakan dalam aktivitas transaksi sehari-hari, Ipsos juga mengevaluasi pola penggunaan berdasarkan jenis transaksi serta jangkauan merchant. Adapun persebarannya adalah;

	Pembelian Pulsa & Bayar Tagihan	Top up game & beli in-game item	Minuman & Makanan	Belanja di toko offline (supermarket, minimarket)
ShopeePay	53%	45%	58%	56%
GoPay	23%	30%	24%	19%
DANA	14%	17%	11%	16%
OVO	7%	7%	6%	7%

Temuan ini sejalan dengan persepsi pengguna mengenai hal yang berkaitan dengan jangkauan merchant. Dimana terungkap bahwa **ShopeePay menduduki peringkat satu sebagai dompet digital dengan jaringan merchant terluas dengan persentase 57%, diikuti dengan GoPay, DANA, dan OVO.**

- **Kemudahan Penggunaan & Keamanan**

Kemudahan penggunaan dan aspek keamanan juga tetap menjadi dua faktor fundamental dalam menentukan pilihan dompet digital. Antarmuka aplikasi yang intuitif, proses transaksi yang cepat serta navigasi fitur yang sederhana membuat pengguna merasa nyaman dan efisien dalam beraktivitas sehari-hari. Sedangkan jaminan keamanan menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan. Hal ini juga tercermin dalam hasil survei, dimana salah satu tolak ukur adalah bagaimana **ShopeePay memimpin pada aspek kemudahan top-up dengan 51%, diikuti GoPay 46%, DANA 45% dan OVO 40%.** Sementara pada indikator keamanan, **ShopeePay** memperoleh nilai terbesar dengan persentase **55%**, diikuti dengan ketiga pemain lainnya.

"Promo memang masih menjadi pintu masuk utama, tetapi integrasi ekosistem, kemudahan penggunaan, keamanan serta relevansi terhadap gaya hidup akan menjadi faktor pembeda jangka panjang. Keunggulan ShopeePay di berbagai indikator menegaskan bahwa selain insentif promosi, persepsi kemudahan dan keamanan aplikasi dompet digital menjadi pertimbangan nyata dalam mempengaruhi preferensi pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa ShopeePay memiliki fondasi yang kuat dalam membangun kepercayaan sekaligus mempertahankan daya saingnya di industri pembayaran digital," lanjut **Andi.**

GenZ Jadi Motor Adopsi Digital Payment

Perubahan peran dompet digital dari alternatif metode pembayaran menjadi sebuah ekosistem terpadu dalam satu aplikasi tentu tidak lepas dari peran satu generasi yang tidak sekadar menjadi pengikut arus; namun juga penentu standar dan penggerak dari kebiasaan baru di pasar. Kelompok yang bertindak sebagai akselerator paling agresif dalam ekosistem dompet digital ini adalah: **Generasi Z**.

Bukan lagi sekadar pengikut tren, sebagai *digital natives* yang lahir dengan kemudahan akses internet dalam genggamannya, Generasi Z memiliki ekspektasi tinggi terhadap fungsi pembayaran yang dinilai dapat terintegrasi dengan gaya hidup digital. Berdasarkan data perilaku konsumen terbaru, penetrasi dompet digital dalam kategori *Ever Used 3 Months* (P3M) mencatatkan, sebanyak **88%** Gen Z memilih **ShopeePay** sebagai dompet digital yang paling sering digunakan. Diikuti platform lain seperti **DANA (72%), GoPay (68%), dan OVO (47%)**.

Preferensi tersebut tidak terjadi tanpa alasan. Keputusan Generasi Z memilih dompet digital, dipengaruhi oleh beberapa faktor; **aspek kepraktisan (57%)** dan **dompet digital yang menawarkan bebas biaya administrasi untuk berbagai transaksi (49%)**, mulai dari transfer antar-platform, *top-up* saldo, hingga penarikan tunai. Selain itu, **fleksibilitas penggunaan yang bisa di berbagai merchant (48%)** juga menjadi faktor penentu.

Semakin luas jangkauan layanan digital, semakin dalam pula integrasi dompet digital dalam keseharian generasi muda. Melalui hasil survei, aktivitas transaksi GenZ menggunakan dompet digital dalam kebutuhan sehari-hari terkonsentrasi pada beberapa alasan utama, baik untuk **Berbelanja Online, Membeli Makanan & Minuman**, serta kebutuhan **Gaming** dan layanan digital seperti **pembelian pulsa dan bayar tagihan**.

Untuk memahami pola tersebut secara lebih konkret, berikut distribusi dompet digital yang paling sering digunakan GenZ pada masing-masing kategori *merchant*.

	Minuman & Makanan	Pembelian Pulsa & Bayar Tagihan	Top up game & beli in-game item
ShopeePay	50%	49%	37%
OVO	9%	5%	3%
GoPay	26%	23%	24%
Dana	15%	22%	33%

Sementara itu, penggunaan dompet digital oleh Gen Z pada kategori **gaming dan layanan digital** menjadi area yang semakin menarik untuk ditelusuri. Kategori ini mencakup *top-up game*, pembelian *in-game items*, hingga kebutuhan pulsa dan paket data, merepresentasikan gaya hidup Gen Z yang serba cepat dan *always-on*. Dalam konteks ini, dompet digital tidak lagi sekadar alat pembayaran, melainkan *enabler* utama yang menyediakan akses cepat 24/7 untuk mendukung konsumsi digital yang *real-time* dan tanpa hambatan.

Dalam ekosistem yang bergerak dinamis, metode pembayaran yang mampu mengikuti ritme konsumsi digital menjadi faktor penentu dalam preferensi pengguna, terutama generasi Z. Data menunjukkan bahwa untuk kebutuhan *top-up game*, ShopeePay memimpin dengan 46%, diikuti DANA 28%, GoPay 19%, dan OVO 4%. Lebih lanjut, ketika ditinjau dari persepsi kemudahan proses top-up, ShopeePay kembali unggul dengan 54%, kemudian disusul DANA 22%, GoPay 19%, dan OVO 5%. Angka ini mengindikasikan bahwa faktor *ease of use* menjadi determinan utama dalam kategori kebutuhan hiburan seperti gaming dan layanan digital, di mana kecepatan dan kesederhanaan alur transaksi memiliki dampak langsung terhadap pengalaman pengguna.

“Gen Z tidak lagi melihat dompet digital sebagai alat bayar alternatif, melainkan sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Siapa pun penyedia layanan yang mampu mengintegrasikan hiburan, seperti gaming, dengan kemudahan transaksi dalam satu klik, dialah yang akan memenangkan pasar dalam dekade ini.” Tambah **Andi**.

Pasar pembayaran *digital* Indonesia kini memasuki fase matang. Persaingan tidak lagi hanya soal fitur, tetapi relevansi dengan kebutuhan harian pengguna. Platform yang mampu memberikan manfaat nyata, baik kemudahan maupun penghematan, akan menjadi pilihan utama konsumen.



ABOUT IPSOS

Ipsos is one of the largest market research and polling companies globally, operating in 90 markets and employing nearly 20,000 people.

Our passionately curious research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide true understanding and powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

"Game Changers" – our tagline – summarizes our ambition to help our 5,000 clients navigate with confidence our rapidly changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos has been listed on the Euronext Paris since July 1, 1999. The company is part of the SBF 120, Mid-60 indices, and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00