

Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya

(The Analysis of Intention to Use E-Wallet with Technology Acceptance Model (TAM) Approach on Users in Surabaya)

Oleh:

Khowin Ardianto¹⁾, Nurul Azizah²⁾

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur^{1,2,3)}
[ardiantokhowin@gmail.com^{1\)}](mailto:ardiantokhowin@gmail.com); [nurulazizah.adbis@upnjatim.ac.id^{2\)}](mailto:nurulazizah.adbis@upnjatim.ac.id)

Submit: 26 Feb 2021

Review: 19 Apr 2021

Accept: 24 May 2021

Publish: 26 May 2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menguji sebuah model konseptual mengenai tingkat penerimaan dalam menggunakan cashless payment systems - dompet digital di Kota Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna dompet digital di Kota Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode purposive sampling. Metode pengujian data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Perhitungan data menggunakan software Smart PLS 3. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi risiko tidak mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan dompet digital. Selain itu, hasil penelitian ini konsisten mendukung beberapa penelitian terdahulu terkait dengan TAM di mana persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berperan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap minat penggunaan dompet digital. Persepsi kegunaan menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat penggunaan dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.

Kata kunci:

Kepercayaan; Persepsi Risiko; Persepsi Kegunaan; Persepsi Kemudahan Penggunaan; Minat Penggunaan

ABSTRACT

This study aims to develop and test a conceptual model about the level of acceptance in using cashless payment systems – e-wallet in Surabaya city. The research method used is a quantitative method. The population in this study were e-wallet users in the Surabaya city. The number of samples used was 100 respondents using purposive sampling method. The data testing method used are validity and reliability test. Calculation of data using Smart PLS 3 software. The research findings show that trust and perceived risk doesn't affect users' intention in using e-wallet. In addition, the results of this study

consistently support several previous studies related to TAM where perceived ease of use and perceived usefulness play a role both directly and indirectly in intention to use e-wallet. Perceived usefulness is the variable that has the most dominant influence on the intention to use e-wallet on users in Surabaya city.

Keywords:

Trust; Perceived Risk; Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Intention to Use

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi bergerak dengan sangat cepat, dunia telah melihat bagaimana kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mampu mengubah manusia dan tatanan ekonomi dunia. Berbagai inovasi yang berkembang dengan sangat cepat dan dinamis menghasilkan suatu produk baru dan mampu menggeser produk yang minim inovasi. Salah satu perkembangan teknologi saat ini adalah pada sistem pembayaran. Kegiatan bertransaksi keuangan dalam kehidupan sehari-hari sudah banyak dilakukan menggunakan *gadget* agar lebih mudah dan cepat untuk dijangkau. Hal ini menimbulkan inovasi baru dalam pengembangan *fintech* (*financial technology*) yang dapat dengan mudah masuk dan menyesuaikan kebutuhan penggunanya.

Berdasarkan data dari *iPrice* dan *Jakpat*, dinyatakan bahwa 26% dari total 1000 responden menyebutkan mereka memilih menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran saat melakukan *online shopping* di *e-commerce* (Vivin Dian Devita, 2020). Mengutip dari *Tempo.co* menjelaskan bahwa ada kemerosotan penggunaan kartu debit, di mana pertumbuhannya 4.14% di tahun 2019, sedangkan di tahun sebelumnya yakni tahun 2018 menyentuh angka 10%. Hal ini selaras dengan riset dari *iPrice* yang menyebutkan kurangnya akses rekening bank serta tingginya angka masyarakat yang belum memiliki rekening bank (*unbanked*) memberikan peluang bagi

penyedia layanan *e-wallet* untuk mengekspansi pasar. Bank Indonesia mencatat bahwa terdapat kenaikan transaksi digital selama pandemi mencapai 64,48% dan volume transaksi tumbuh 37,35% secara tahunan. Industri ini memiliki potensi yang besar untuk tumbuh, terlebih lagi kala pandemi seperti saat ini yang membuat masyarakat lebih memilih berbelanja secara online dengan sistem pembayaran nontunai. Selain untuk mengurangi resiko penularan virus, juga dianggap lebih efektif dan efisien.

Fenomena meningkatnya penggunaan dompet digital di masa pandemi covid-19 mengindikasikan bahwa masyarakat, dalam hal ini pengguna telah menerima aplikasi pembayaran dompet digital untuk menunjang kegiatan bertransaksi sehari-hari. Fenomena ini dianggap hal yang penting karena mengarah pada perubahan perilaku dan budaya masyarakat dalam bertransaksi secara nontunai (*Less Cash Society*). Selain itu, fenomena tersebut menarik perhatian peneliti untuk melihat berbagai faktor yang menyebabkan peningkatan minat penggunaan dompet digital melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai model pendekatan yang sering digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan individu akan suatu teknologi tertentu (Febrilia et al., 2020). Serta, dengan penambahan variabel lain, yaitu kepercayaan, untuk mengukur seberapa yakin pengguna akan manfaat suatu layanan dompet digital dan persepsi risiko, terkait dengan kendala

yang mungkin dihadapi oleh pengguna dalam menggunakan layanan dompet digital.

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) adalah suatu ukuran untuk mengetahui tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu sistem untuk meningkatkan kinerjanya. Apabila seseorang percaya mengenai sistem informasi dan berguna, maka sistem tersebut akan digunakan dan sebaliknya (Venkatesh dan Davis dalam Safitri dan Diana, 2020). *Perceived usefulness* adalah sebuah kemungkinan bagi seseorang untuk mempunyai kinerja yang lebih baik dalam konteks organisasi dengan penggunaan sistem aplikasi tertentu. Jika seseorang merasa sistem aplikasi yang ia gunakan dapat meningkatkan kinerjanya, maka kemungkinan orang tersebut untuk menggunakan aplikasi yang sama pun akan semakin besar (Febrilia et al., 2020). Umumnya, manusia akan cenderung menggunakan suatu aplikasi, apabila aplikasi tersebut membantu dan memudahkan pekerjaannya (Kumala et al., 2020). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Kumala et al., 2020) menjelaskan bahwa aspek kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* Gopay.

Susilo (Abrilia et al., 2020) menyatakan persepsi kemudahan merujuk pada sistem teknologi informasi dengan kepercayaan individu agar tidak merepotkan sebuah usaha yang besar dalam menggunakan. Menurut Jogiyanto (2007:115) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yaitu seberapa besar seseorang yakin bahwa penggunaan suatu teknologi akan membebaskan dirinya dari usaha. Apabila suatu sistem informasi dirasa mudah dalam penggunaannya maka seseorang akan termotivasi untuk senantiasa menggunakannya dalam aktivitas keseharian. Sebaliknya jika sistem

informasi tidak mudah dalam penggunaannya maka ia tidak akan menggunakannya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Abrilia et al., 2020) menunjukkan bahwa faktor kemudahan memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* DANA.

Kepercayaan merupakan keyakinan terhadap produk yang memiliki atribut dan mendapatkan manfaat dari atribut, dan juga keyakinan bahwa relasi pertukarannya akan memberikan apa yang diinginkan dan dapat diandalkan (Ilmiah & Krishernawan, 2020). Kepercayaan konsumen adalah kesediaan satu pihak menerima resiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan dan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan sesuai yang diharapkan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain (M.Asari & Rubiah, 2016). Sedangkan pendapat lain (Suprpto & Azizi, 2020:20) menyatakan kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi bisnis, membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan konsumen merupakan faktor penting untuk menciptakan konsumen yang loyal.

Penelitian sebelumnya (Kumala et al., 2020) menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay. Sementara peneliti lain (Andriyano & Rahmawati, 2016) menyatakan bahwa persepsi risiko (*perceived risk*) adalah suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam menjalankan suatu aktivitas tertentu. Ciri dari persepsi risiko yaitu dapat berupa kerugian tertentu, ada risiko tertentu, maupun ide-ide yang berisiko. Menurut (Sekarsari, 2018) *risk* (risiko) dapat menimbulkan suatu perasaan pada konsumen ketika dalam pembelian barang atau jasa konsumen

kurang mencari informasi mengenai produk. Penggunaan dompet digital sebagai alat pembayaran nontunai tidak terlepas dari berbagai kendala, baik dari sisi penggunaannya maupun risikonya. Menurut Setyowati (Febrilia et al., 2020) cara baru pembayaran melalui *Quick Response Code* (QR Code) ini terdapat potensi masalah (*fraud*) dan telah menjadi perhatian dari Bank Indonesia (BI). Terkait dengan kendala penggunaannya yang dialami oleh *user* adalah mengenai tidak efektif dan efisien *e-wallet* yang nantinya hanya menghabiskan waktu. Seperti yang dikatakan oleh Laskito (Febrilia et al., 2020) tentang transaksi yang tertolak oleh sistem karena mesin *reader* bermasalah akibat suatu gangguan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Febrilia et al., 2020) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.

Minat merupakan tingkah laku individu yang bersifat dinamis untuk melakukan segala keinginannya terhadap sesuatu. Keinginan berasal dari diri sendiri, seperti menginginkan sesuatu atau keinginan masa depan yang ingin dicapai (Jogiyanto dalam Abrilia et al., 2020). Perilaku minat penggunaan merupakan suatu konstruk yang cocok digunakan untuk melihat penerimaan konsumen terhadap sistem informasi teknologi yang baru, juga sebagai *predictor* yang tepat dari minat penggunaan kembali (Sheppard, Hartwick, & Warshaw, 1988) dalam (Kumala et al., 2020). (Safitri dan Diana, 2020) berpandangan dalam menggunakan teknologi baru tersebut pengguna merasa puas, maka pengguna tidak akan ragu untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan (*intention to use*) merupakan preferensi seseorang yang didorong oleh keinginannya untuk

menggunakan suatu produk barang ataupun jasa guna memenuhi kebutuhannya.

Analisis minat penggunaan dompet digital melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan modifikasi variabel *trust* dan *perceived risk* dapat diangkat menjadi penelitian yang menarik, karena dompet digital memiliki segudang manfaat yang dapat digunakan oleh masyarakat, khususnya pengguna di Kota Surabaya sebagai kota metropolitan yang tingkat penggunaan dompet digitalnya relatif tinggi. Para pengguna di Kota Surabaya tentunya memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi sehari-hari. Pada penelitian ini peneliti mengangkat faktor kegunaan dan kemudahan dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) serta kepercayaan dan risiko sebagai faktor yang mempengaruhi minat penggunaan dompet digital karena dirasa masih relatif sedikit penelitian yang menggunakan konstruk tersebut, apalagi di lingkup Kota Surabaya. Dari berbagai hasil temuan penelitian yang ada, maka masih diperlukan penelitian lain untuk mendapatkan kebaruan dan dalam rangka pengembangan teori TAM itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan angket / kuesioner kepada 100 responden yang menjadi bagian dari penelitian yaitu pengguna dompet digital di Kota Surabaya. Angket / kuesioner disebar melalui media sosial dalam bentuk *google form*. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*, artinya cara pengambilan sampel di mana tidak ada kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel penelitian.

Sedangkan penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yang mana menurut (Siyoto & Sodik, 2015:66) *purposive sampling* merupakan suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun

pertimbangannya, antara lain pengguna dompet digital yang berdomisili di Kota Surabaya, berusia 15-30 tahun, dan pernah melakukan transaksi lebih dari 1 (satu) kali.

Tabel 1. Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator
1	Kepercayaan merupakan keyakinan terhadap produk yang memiliki atribut dan mendapatkan manfaat dari atribut, dan juga keyakinan bahwa relasi pertukarannya akan memberikan apa yang diinginkan (Ilmiyah & Krishernawan, 2020).	Keandalan Kejujuran Kepedulian Kredibilitas
2	Persepsi risiko adalah suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam menjalankan suatu aktivitas tertentu (Andriyano & Rahmawati, 2016).	Tingginya Risiko Keamanan Bertransaksi Keamanan Sistem Risiko Privasi
3	Persepsi kegunaan (<i>perceived usefulness</i>) merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2007:114).	Bermanfaat Transaksi Lebih Cepat Lebih Efektif Meningkatkan Produktivitas
4	Persepsi kemudahan penggunaan (<i>perceived ease of use</i>) yaitu seberapa besar seseorang yakin bahwa penggunaan suatu teknologi akan membebaskan dirinya dari usaha (Jogiyanto, 2007:115)	Mudah Dipelajari Mudah Digunakan Fleksibel Ketrampilan Bertambah
5	Minat penggunaan (<i>intention to use</i>) merupakan keadaan di mana seseorang akan memperhatikan suatu kebutuhan dalam kegiatan yang akan dilakukan sehingga tidak akan memperhatikan proses selanjutnya (Chandra, 2016, dalam Abrilia et al., 2020).	Akan menggunakan dompet digital di masa depan Akan sering menggunakan dompet digital di masa depan Akan selalu menggunakan dompet digital di masa depan

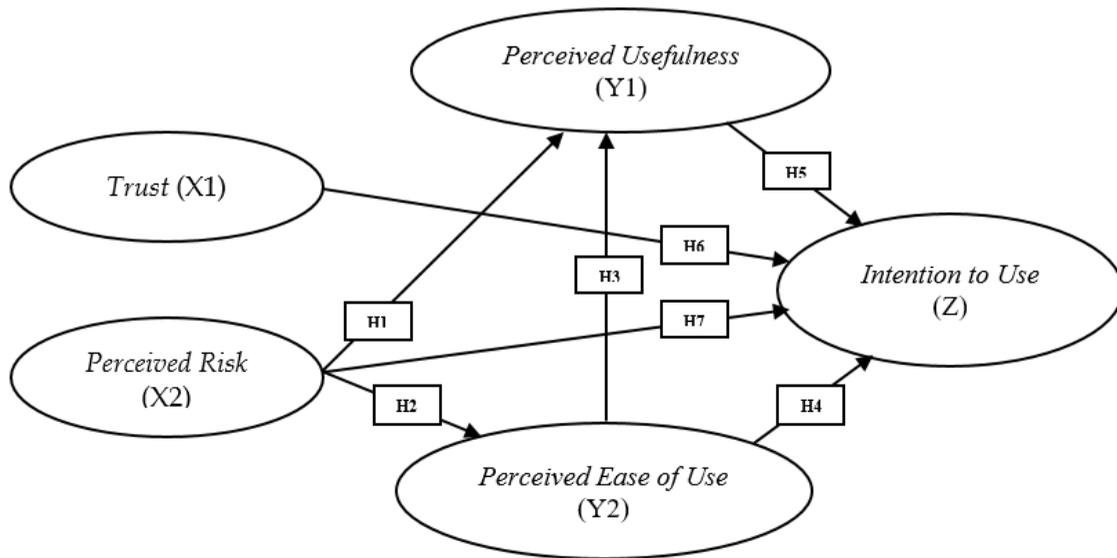
Sumber: Data penelitian, diolah 2021

Desain penelitian pada gambar 1 menunjukkan pengaruh antar variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu Kepercayaan (X_1), Persepsi Risiko (X_2), Persepsi Kegunaan (Y_1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (Y_2), dan Minat Penggunaan (Z). Adapun hipotesis dalam penelitian ini, antara lain : 1) *Perceived Risk*

berpengaruh negatif terhadap *Perceived Usefulness* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya; 2) *Perceived Risk* berpengaruh negatif terhadap *Perceived Ease of Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya; 3) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* dompet digital pada pengguna

di Kota Surabaya; 4) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya; 5) *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota

Surabaya; 6) *Trust* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya; 7) *Perceived Risk* berpengaruh negatif terhadap *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.



Gambar 1. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif melalui evaluasi model pengukuran (*outer model*), yang meliputi uji *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan evaluasi model struktural (*inner model*), yang meliputi *goodness of fit model*, *path analysis* dengan menggunakan analisa data Smart PLS 3.

HASIL PENELITIAN

Responden penelitian ini terdiri dari 31% laki-laki dan 69% perempuan. Rentang usia responden yang terbanyak yaitu usia 21-25 tahun dengan persentase sebesar 86%. Status responden sebagian besar merupakan pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 89%. Platform dompet digital yang paling sering

digunakan adalah ShopeePay dengan persentase sebesar 48%. Frekuensi transaksi dompet digital mayoritas responden adalah 1-3 kali seminggu dengan persentase sebesar 78%. Mayoritas responden telah menggunakan dompet digital selama 1-2 tahun dengan persentase sebesar 42%. Serta transaksi dompet digital yang sering digunakan adalah untuk transaksi pembayaran *online shop* dengan persentase sebesar 38%.

Hasil pengukuran awal mendapatkan *outer loading* belum sepenuhnya memiliki nilai di atas 0,7. Indikator yang memiliki nilai dibawah 0,7 yaitu X2.2 dengan nilai 0,575, X2.4 dengan nilai -0,394, dan Y2.4 sebesar 0,624 dikeluarkan dari model serta dilakukan re-estimasi kembali untuk memenuhi validitas konvergen.

Tabel 2. Re-estimasi *Outer Loading*

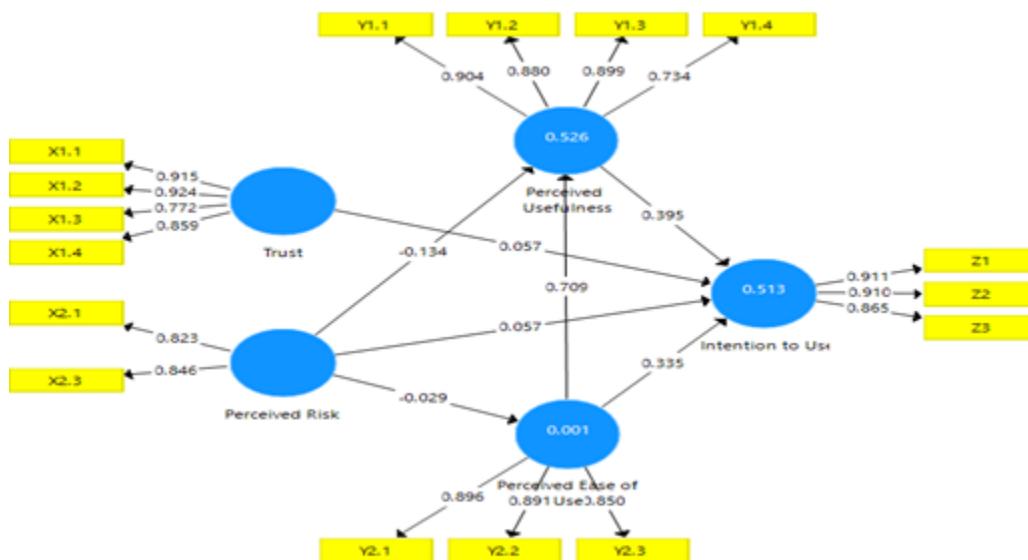
Variabel	Indikator	Nilai <i>Outer Loading</i>	AVE
<i>Trust</i>	X1.1	0,915	0,756
	X1.2	0,924	
	X1.3	0,772	
	X1.4	0,859	
<i>Perceived Risk</i>	X2.1	0,823	0,696
	X2.3	0,846	
<i>Perceived Usefulness</i>	Y1.1	0,904	0,735
	Y1.2	0,880	
	Y1.3	0,899	
	Y1.4	0,734	
<i>Perceived Ease of Use</i>	Y2.1	0,896	0,773
	Y2.2	0,891	
	Y2.3	0,850	
<i>Intention to Use</i>	Z1	0,911	0,802
	Z2	0,910	
	Z3	0,865	

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 2 menunjukkan masing-masing variabel telah memenuhi *convergent validity* dengan nilai *outer loading* diatas 0,7 dan nilai AVE diatas 0,5. Dengan demikian, semua indikator atau variabel manifes tersebut dapat dinyatakan valid untuk merefleksikan variabel laten.

Setiap indikator pada tabel 3 memiliki korelasi nilai *loading* tertinggi terhadap variabelnya daripada korelasi antara variabel lainnya. Sehingga semua indikator dapat dinyatakan valid untuk memenuhi nilai *discriminant validity*. Ukuran *discriminant validity* lainnya yaitu AVE hasilnya telah lebih tinggi dibandingkan hubungan antara konstruk dengan konstruk lainnya.

Tabel 4 menunjukkan bahwa akar AVE dari setiap konstruk memiliki nilai lebih tinggi daripada korelasi antar variabel. Dengan demikian semua variabel dinyatakan valid dalam memenuhi nilai *discriminant validity*. Tabel 6 menunjukkan masing-masing konstruk memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,7, sehingga semua konstruk dapat dinyatakan reliabel.



Gambar 2. Hasil Model Konstruk Reflektif

Tabel 3. Hasil Cross Loading

Indikator	Intention to Use (Z)	Perceived Ease of Use (Y ₂)	Perceived Risk (X ₂)	Perceived Usefulness (Y ₁)	Trust (X ₁)
X1.1	0,543	0,653	-0,038	0,745	0,915
X1.2	0,550	0,668	-0,094	0,712	0,924
X1.3	0,361	0,359	0,084	0,443	0,772
X1.4	0,499	0,628	-0,033	0,586	0,859
X2.1	-0,038	-0,017	0,823	-0,124	-0,028
X2.3	0,011	-0,031	0,846	-0,134	-0,029
Y1.1	0,669	0,644	-0,203	0,904	0,654
Y1.2	0,470	0,624	-0,069	0,880	0,679
Y1.3	0,481	0,630	-0,100	0,899	0,697
Y1.4	0,632	0,536	-0,141	0,734	0,468
Y2.1	0,609	0,896	0,015	0,694	0,675
Y2.2	0,587	0,891	-0,067	0,601	0,622
Y2.3	0,521	0,850	-0,029	0,576	0,483
Z1	0,911	0,698	-0,055	0,650	0,641
Z2	0,910	0,536	0,009	0,615	0,487
Z3	0,865	0,493	0,016	0,505	0,366

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 4 menunjukkan bahwa akar AVE dari setiap konstruk memiliki nilai lebih tinggi daripada korelasi antar variabel. Dengan demikian semua variabel dinyatakan valid dalam memenuhi nilai *discriminant validity*. Tabel 5 menunjukkan masing-masing konstruk memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,7, sehingga semua konstruk dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Hasil Akar AVE

	Z	Y ₂	X ₂	Y ₁	X ₁
Z	0,895				
Y ₂	0,653	0,879			
X ₂	-0,016	-0,029	0,835		
Y ₁	0,666	0,713	-0,155	0,857	
X ₁	0,570	0,681	-0,034	0,729	0,870

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 5. Composite Reliability

Variabel	Nilai Composite Reliability
Intention to Use	0,924
Perceived Ease of Use	0,911
Perceived Risk	0,821
Perceived Usefulness	0,917
Trust	0,925

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 6. R-Square

Variabel	Nilai R-Square
Intention to Use	0,513
Perceived Ease of Use	0,001
Perceived Usefulness	0,526

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 6 memperlihatkan variabel *intention to use* (Z) memiliki nilai *R-square* sebesar 0,513. Hal ini memiliki makna variabilitas *intention to use* (Z) dapat dijelaskan oleh variabilitas *trust* (X₁), *perceived risk* (X₂), *perceived usefulness* (Y₁), dan *perceived ease of use* (Y₂) sebesar 51,3% sedangkan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi oleh konstruk lain di luar penelitian ini. Variabel *perceived ease of use* (Y₂) memiliki nilai sebesar 0,001. Variabilitas *perceived ease of use* (Y₂) dapat dijelaskan oleh variabilitas *perceived risk* (X₂) sebesar 0,1%, sedangkan sisanya sebesar 99,9% dipengaruhi oleh konstruk lain di luar penelitian ini. Variabel *perceived usefulness* (Y₁) menunjukkan nilai sebesar 0,526. Hal ini mengindikasikan bahwa variabilitas *perceived usefulness* (Y₁) dapat dijelaskan oleh variabilitas *perceived risk* (X₂) dan *perceived ease of use* (Y₂) sebesar 52,6%, sedangkan sisanya sebesar 47,4% dipengaruhi oleh konstruk lain di luar penelitian ini.

Tabel 7. Path Coefficient

	Path Coefficient	T-statistic	P-Value
PR -> PU	-0,134	1,689	0,092
PR -> PEoU	-0,029	0,252	0,801
PEoU -> PU	0,709	8,019	0,000
PEoU -> ItU	0,335	2,597	0,010
PU -> ItU	0,395	3,319	0,001
Trst-> ItU	0,057	0,533	0,594
PR -> ItU	0,057	0,696	0,487

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 7 memperlihatkan bahwa nilai *path coefficient perceived risk* terhadap *perceived usefulness* $-0,134 < 0,1$. Nilai *t-statistic* 1,689 dan nilai *p-value* 0,092 berada dibawah nilai ambang batas *t-statistic* sebesar 1,96 dan di atas *p-value* sebesar 0,05, sehingga hubungan keduanya tidak dapat diterima dan *perceived risk* tidak

berpengaruh terhadap *perceived usefulness*. H₁ yaitu *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya **ditolak**.

Nilai *path coefficient perceived risk* terhadap *perceived ease of use* $-0,029 < 0,1$. Nilai *t-statistic* 0,252 dan nilai *p-value* 0,801 berada dibawah nilai ambang batas *t-statistic* sebesar 1,96 dan di atas *p-value* sebesar 0,05, sehingga menandakan bahwa hubungan keduanya tidak dapat diterima dan *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *perceived ease of use*. H₂ yaitu *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *perceived ease to use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya **ditolak**.

Nilai *path coefficient perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* $0,709 > 0,1$ dengan nilai *t-statistic* 8,019 $> 1,96$, dan nilai *p-value* $0,000 \leq 0,05$, yang berarti *perceived ease of use* memiliki arah hubungan positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. H₃ yaitu *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya **diterima**.

Nilai *path coefficient perceived ease of use* terhadap *intention to use* $0,335 > 0,1$ dengan nilai *t-statistic* 2,597 $> 1,96$, dan nilai *p-value* $0,010 \leq 0,05$, yang berarti *perceived ease of use* memiliki arah hubungan positif dan signifikan terhadap *intention to use*. H₄ yaitu *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya **diterima**.

Nilai *path coefficient perceived usefulness* terhadap *intention to use* $0,395 > 0,1$ dengan nilai *t-statistic* 3,319 $> 1,96$, dan nilai *p-value* $0,001 \leq 0,05$, yang berarti *perceived usefulness* memiliki arah hubungan positif dan signifikan terhadap *intention to use*. H₅ yaitu *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya **diterima**.

Nilai *path coefficient trust* terhadap *intention to use* $0,057 < 0,1$. Nilai *t-statistic* 0,533 dan nilai *p-value* 0,594 berada dibawah nilai ambang batas *t-statistic* sebesar 1,96 dan di atas *p-value* sebesar 0,05, yang berarti hubungan keduanya tidak dapat diterima dan *trust* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. H_6 yaitu *trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya **ditolak**.

Nilai *path coefficient perceived risk* terhadap *intention to use* $0,057 < 0,1$. Nilai *t-statistic* 0,696 dan nilai *p-value* 0,487 berada dibawah nilai ambang batas *t-statistic* sebesar 1,96 dan di atas *p-value* sebesar 0,05, yang berarti *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. H_7 yaitu *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *intention to use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya **ditolak**.

Tabel 8. *Indirect Effects*

	<i>Indirect Effects</i>	<i>T-statistic</i>	<i>P-Value</i>
<i>PR -> PEoU-> ItU</i>	-0,010	0,244	0,807
<i>PR -> PU -> ItU</i>	-0,053	1,400	0,162
<i>PR -> PEoU -> PU</i>	-0,021	0,255	0,798
<i>PEoU -> PU -> ItU</i>	0,280	3,167	0,002
<i>PR -> PEoU -> PU -> ItU</i>	-0,008	0,247	0,805

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 8 menunjukkan nilai *indirect effects* di mana yang memiliki pengaruh signifikan hanya pada *perceived ease of use* terhadap *intention to use* setelah dimasukkan variabel mediasi yaitu *perceived usefulness* menunjukkan hasil positif dengan nilai sebesar 0,280, nilai *t-statistic* $3,167 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0,002 \leq 0,05$. Oleh karena itu, variabel *perceived usefulness* memediasi hubungan *perceived*

ease of use terhadap *Intention to use* dengan mediasi parsial. Dapat dikatakan mediasi parsial (*partial mediation*) karena variabel independen juga berpengaruh secara langsung terhadap variabel dependen tanpa melalui atau melibatkan variabel mediator.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap *Perceived Usefulness*

Perceived risk berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *perceived usefulness*. Temuan penelitian ini tidak sesuai dengan hasil empiris (Febrilia et al., 2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *perceived risk* terhadap *perceived usefulness*. Ketika para pengguna percaya metode pembayaran dengan dompet digital akan berfungsi sesuai dengan ekspektasi mereka maka tingkat kepuasan pengguna akan manfaat dompet digital pun akan semakin besar. Akan tetapi, hasil temuan penelitian ini didukung oleh (Rachbini et al., 2019) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan *risk* terhadap *perceived usefulness*. Selain itu, hasil penelitian ini juga sesuai dengan (Groot, 2018) yang menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara *risk* terhadap *perceived usefulness*. Hasil tersebut merepresentasikan bahwa tidak terdapat keterhubungan persepsi individu pada risiko dengan kegunaan dalam menggunakan teknologi pembayaran dompet digital.

Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap *Perceived Ease Of Use*

Perceived risk berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *perceived ease of use*. Temuan penelitian ini sesuai dengan hasil empiris (Rachbini et al., 2019)

yang menjelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan *risk* terhadap *perceived ease of use*. Perkembangan teknologi dan informasi mendorong berbagai kegiatan transaksi melalui jaringan internet. Berbagai *platform* layanan pembayaran digital mulai bermunculan dengan berbagai kemudahan dan juga risikonya. *Perceived risk* dapat dikatakan sebagai harapan seseorang atas sesuatu yang dihasilkan dari sebuah pengorbanan atau perjuangan tertentu. Dengan kata lain, individu bersedia ataupun sukarela menerima segala konsekuensi sebagai bentuk pengorbanan demi mendapatkan hasil seperti yang diharapkannya (Febrilia et al., 2020). Dalam penelitian ini faktor risiko tidak mampu mempengaruhi kemudahan penggunaan suatu sistem pembayaran dompet digital, baik itu risiko saat bertransaksi, risiko sistem itu sendiri, maupun risiko privasi. Hal ini dikarenakan pengguna merasa pembayaran menggunakan dompet digital mudah untuk dipelajari dan dipahami sehingga membuat pengguna tidak terlalu memperhitungkan faktor risiko sebab telah merasa aman.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Perceived Usefulness*

Perceived ease of use berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*. Hal ini memiliki makna bahwa semakin mudah penggunaan suatu aplikasi dompet digital maka akan semakin meningkat pula tingkat kegunaannya. Temuan dalam penelitian ini mendukung hasil empiris (Febrilia et al., 2020) yang memperoleh hasil positif dan signifikan dalam hubungan pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Positif dan signifikan ini juga mengindikasikan bahwa semakin pengguna merasa aplikasi dompet digital dapat dengan mudah ia pahami maka proses pembayaran yang

efektif dan efisien pun dapat tercipta. Hasil penelitian ini juga selaras dengan temuan (Rachbini et al., 2019) yang menunjukkan pengaruh signifikan *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*. Selain itu, dalam penelitian oleh (Ma et al, 2017) juga mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap persepsi individu terkait dengan kegunaan dalam menggunakan teknologi (*perceived usefulness*).

Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Intention To Use*

Perceived ease of use berpengaruh positif terhadap *intention to use*. Hal ini memiliki makna bahwa semakin mudah penggunaan aplikasi dompet digital maka akan semakin tinggi pula minat penggunaannya oleh para pengguna. Temuan dalam penelitian ini didukung oleh hasil empiris (Abrilia et al., 2020) yang menyatakan bahwa kemudahan pengaruhnya positif dan signifikan pada minat menggunakan dompet digital. Penelitian berikut yang serupa (Kumala et al., 2020) yang mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use*. Berikutnya yaitu dari penelitian (Maghfira, 2018) mengatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet*. Konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari penggunanya untuk bisa menggunakannya.

Akan tetapi, penelitian ini bertolak belakang dengan temuan (Febrilia et al., 2020) yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* pada penggunaan dompet digital. Hal ini berarti persepsi pengguna atas kemudahan dan kepraktisan dalam

penggunaan dompet digital tidak membuat mereka akan selalu menggunakan dompet digital pada setiap transaksi yang dilakukan. Dompet digital mungkin hanya digunakan oleh pengguna ketika merasa perlu dan tidak terlalu memperhatikan aspek kemudahan dalam menggunakannya.

Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Intention To Use*

Perceived usefulness berpengaruh positif terhadap *intention to use*. Hal ini memiliki makna bahwa semakin berguna suatu aplikasi dompet digital maka semakin meningkat pula tingkat penggunaannya oleh para pengguna. Jika seseorang merasa sistem aplikasi yang ia gunakan dapat meningkatkan kinerjanya, maka kemungkinan orang tersebut untuk menggunakan aplikasi yang sama pun akan semakin besar (Febrilia et al., 2020)

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian oleh (Maghfira, 2018) bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan. Penelitian ini juga didukung oleh (Permadi & Rinuastuti, 2020) bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan (Kumala et al., 2020) bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Temuan penelitian ini tidak didukung oleh (Febrilia et al., 2020) yang menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel *perceived usefulness* terhadap *intention to use* pada pengguna dalam menggunakan alat pembayaran dompet digital. Hasil penelitian ini juga tidak didukung oleh penelitian sebelumnya dari (Rachbini et al., 2019) bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan *perceived usefulness* terhadap minat penggunaan.

Pengaruh *Trust* Terhadap *Intention To Use*

Trust berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *intention to use*. Jadi, faktor kepercayaan bukan elemen yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan dompet digital, seorang pengguna akan menggunakan dompet digital apabila merasa butuh dan perlu tanpa dilatarbelakangi perasaan yakin ataupun tidak terhadap dompet digital tersebut.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan (Kumala et al., 2020) yang menyatakan bahwa faktor kepercayaan dalam menggunakan dompet digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaannya. Akan tetapi, tidak didukung oleh penelitian (Artini, 2019) yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kepercayaan terhadap minat penggunaan. (Rodiah & Melati, 2020) ada pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. (Loanata & Tileng, 2016) menyatakan bahwa faktor kepercayaan merupakan elemen terbesar yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan suatu sistem teknologi tertentu.

Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap *Intention To Use*

Perceived risk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *intention to use*. Jadi, tinggi ataupun rendahnya persepsi pengguna akan risiko yang ada pada dompet digital tidak mempengaruhi minat penggunaannya. Temuan dalam penelitian ini mendukung hasil empiris (Maghfira, 2018) yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan dompet digital. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian (Pavlou, 2003) yang mendapatkan hasil bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

Akan tetapi, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan temuan empiris (Febrilia et al., 2020) yang menjelaskan bahwa *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Selain itu, juga bersebrangan dengan hasil penelitian (Priyono, 2017) yang membuktikan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap penggunaan dompet elektronik Gopay. (Rodiah & Melati, 2020) yang menyatakan terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

KESIMPULAN

Perceived risk tidak berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dompet digital. *Perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *perceived ease of use* dompet digital. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* dompet digital. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to use* dompet digital. *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use* dompet

digital. *Trust* tidak berpengaruh terhadap *intention to use* dompet digital. *Perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *intention to use* dompet digital. *Perceived usefulness* menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap *intention to use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.

Penyedia layanan dompet digital diharapkan dapat meningkatkan inovasi dan menambah fitur atau menu yang lebih multiguna, karena persepsi terhadap aspek kemudahan dan kegunaan sistem aplikasi pembayaran dompet digital sangat tinggi dalam mendorong minat pengguna untuk selalu menggunakan aplikasi tersebut. Sedangkan untuk pemerintah diharapkan bisa memberikan dukungan kepada industri teknologi keuangan (*financial technology*) berupa kebijakan yang dapat mendorong pertumbuhan industri tersebut. Selain itu, diperlukan kebijakan untuk meningkatkan perlindungan konsumen atau pengguna agar meminimalisasi kerugian dan risiko lain dari penggunaan dompet digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., Niaga, P. T., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Sudarwanto, T., Niaga, P. T., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya*. 8(3), 1006–1012.
- Andriyano, Y., & Rahmawati, D. (2016). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)*. *Jurnal Profita*, 2(1), 1–16.
- Artini. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Aplikasi Ovo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Islam TA 2016-2017 UIN Sumatera Utara)*.
- Febrilia, I., Pratiwi, S. P., & Djatikusumo, I. (2020). *Minat Penggunaan Cashless Payment System -Dompet Digital Pada Mahasiswa di FE UNJ Ika*. 11(1), 1–19. <https://doi.org/doi.org/10.21009/JRMSI.011.1.01>
- Groot S. 2018. *Effect of Perceived Risks, Naturalness, Usefulness and Ease of Use on the Consumer Acceptance of 3D Food Printing*. Wageningen UR.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). *Maker: Jurnal Manajemen Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto*. 6(May), 31–42.

- Jogiyanto, 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19-29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs. 02(01), 64-73.
- Ma Y, Gam HJ, Banning J. 2017. Perceived ease of use and usefulness of sustainability labels on apparel products: application of the Technology Acceptance Model. <https://doi.org/10.1186/s40691-017-0093-1>.
- M.Asari, & Rubiah, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Image Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Pemerintah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE IPWIJA Jakarta). 18, 233-242.
- Maghfira. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Pembayaran Go-Pay. 1.
- Pavlou PA. 2003. Consumer acceptance of electronic commerce. Integrating trust and risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce* 7(3): 101-134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. 6, 54-61.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompot elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88-106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Rachbini, W., Salim, F., Haque, M. G., & Rahmawati, E. (2019). Analisis Niat Pembelian Ulang E-Commerce Mobile Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). 5(3), 530-540.
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kemanfaatan , Risiko , dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi , Universitas Negeri Semarang , Indonesia Abstrak. 1(2), 66-80.
- Safitri, D. D., & Diana, N. (2020). E-JRA Vol. 09 No. 05 Agustus 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. 09(05), 92-107.
- Sekarsari, N. R. (2018). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Perception Of Product Risk Terhadap Online Shopping Intention Pada Produk Fashion Nanda. *Ekobis Dewantara*, 1. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507><http://dx.doi.org/10.1016/j.humpath.2017.05.005><https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (Cetakan 1). Literasi Media Publishing.
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Vivin Dian Devita. (2020). E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020. Iprice.Co.Id.<https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>

11