

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET GOPAY DI MADIUN

Lowinta Widyadari Xaveiryus¹⁾, Apriyanti²⁾

¹Universitas PGRI Madiun
wintaxaveiryus8@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun
kelip.apriyanti@unipma.ac.id

Abstract

The development of Fintech encourages new habits where a person prefers something practical, such as making transactions using an e-wallet. This study aims to provide empirical testing results from the influence of perceived easy of use, perceived usefulness, perceived security and trust on interest in using gopay e-wallet in Madiun. This study uses a quantitative approach that focuses on testing hypotheses with a sampling technique, namely using probability sampling with the simple random sampling method with the data collection process using a questionnaire via Google form to 384 respondents. The analytical tool used to test statistical data is SPSS Statistics 25 software. The result of this study show that the perceived easy of use has a positive and significant effect on interest in using the Gopay Madiun e-wallet, the perceived usefulness has a positive and significant effect on the interest in using the Gopay Madiun e-wallet, the perceived security has a positive and significant effect on the interest in using the Gopay Madiun e-wallet and trust has a positive and significant effect on the interest in using the Gopay Madiun e-wallet.

Keywords: *Perceived Easy to Use, Perceived Usefulness, Perceived of Benefits, Perceived of Security, Trust, Interest Using.*

Abstrak

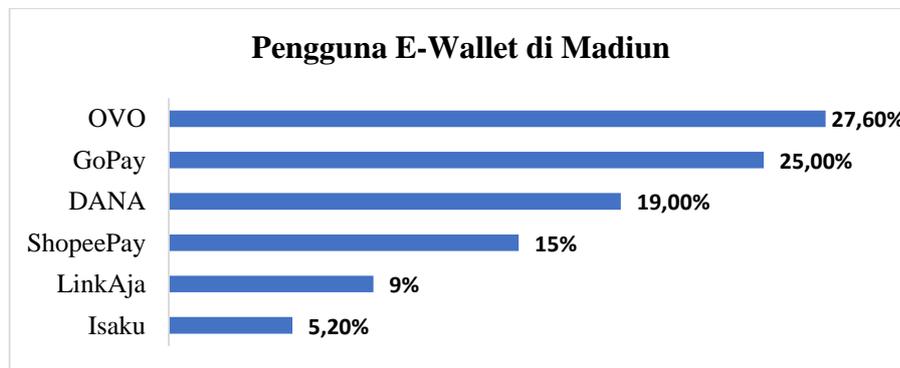
Perkembangan Fintech mendorong kebiasaan baru dimana seseorang lebih memilih sesuatu yang bersifat praktis seperti melakukan transaksi menggunakan e-wallet. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti secara empiris dari masing-masing variabel yaitu adanya pengaruh dari persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet gopay di Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menitik beratkan pada pengujian hipotesis dengan teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* dengan proses pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google form* kepada 384 responden. Alat analisis yang digunakan untuk menguji data statistik adalah software SPSS Statistic 25. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet Gopay di Madiun, persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet Gopay di Madiun, persepsi keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet Gopay di Madiun dan kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet Gopay di Madiun.

Kata Kunci: Minat Menggunakan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Kepercayaan, Minat Menggunakan.

PENDAHULUAN

Fintech atau *Financial Thecnology* merupakan penggabungan dari sistem keuangan dan teknologi. Kehadiran teknologi ini disebabkan oleh gaya hidup masyarakat saat ini yang menginginkan segala sesuatu terjadi dengan cepat. Industri ini telah berkembang sejak tahun 2006, menurut laporan dari Indonesia Baik penggunaan *Fintech* pada tahun tersebut sebesar 7% kemudian melonjak menjadi 78% pada tahun ke sepuluh (Finaka, 2019). Bank Indonesia membuat kebijakan dengan mengatur dasar hukum untuk penyelenggaraan *Fintech* di Indonesia yaitu dalam peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran serta dalam PBI/19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial (BI, 2020). Dompot digital atau *elektronik wallet* atau biasa disebut e-wallet merupakan salah satu bentuk layanan elektronik yang mampu menyimpan data dan menjadi salah satu instrumen pembayaran di era digitalisasi saat ini (Kumalasai, 2022). Di Indonesia sendiri *Fintech* berkembang pesat sehingga memunculkan start up e-wallet seperti OVO, DANA, GoPay, ShopeePay, LinkAja.

PT Gojek Indonesia perusahaan di bawah naungan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa merupakan perusahaan yang menawarkan layanan ojek berbasis aplikasi. Gojek resmi beroperasi pada 13 Oktober 2010 dengan sistem pemesanan melalui call center. Pada Januari 2015 Gojek resmi meluncurkan aplikasi yang dapat diinstal melalui smartphome. Berdasarkan laporan dari iPrice dan App Annie, GoPay menjadi salah satu e-wallet yang menduduki peringkat pertama sejak kuartal II tahun 2019 dngan jumlah pengguna aktif serta aplikasinya paling banyak di download (Shabrina, 2022). Survey yang dilakukan oleh populix pada tahun 2022 menjelaskan bahwa e-wallet yang paling sering digunakan adalah GoPay dengan jumlah 88% diikuti oleh DANA pada peringkat ke dua sebesar 83%. GoPay menjadi e-wallet pertama yang menjadi pilihan ketika pengguna baru ingin menggunakan e-wallet. Selain itu GoPay juga memiliki pengguna organik sebanyak 54% meskipun tidak ada penawaran promo atau cashback. Survei yang dilakukan oleh DSinnovative bertema *Fintech Report 2021 'The Convergence of (Digital) Financial Survices'* menyatakan bahwa GoPay dan OVO menjadi e-wallet yang paling dikenal oleh para responden. 93,9% responden mengatakan bahwa menggunakan kedua dompet digital tersebut. Namun, pada top of mind dari responden itu sendiri menyebutkan nama e-wallet OVO dengan jumlah 35% sementara GoPay hanya 16,6% disebutkan oleh responden (Rahardyan, 2022).



Gambar 1. Jumlah Pengguna E-Wallet di Madiun

Berdasarkan data dapat dilihat bahwa pengguna e-wallet yang paling banyak digunakan di Madiun adalah OVO yaitu sebesar 27,6% kemudian pada posisi kedua oleh Gopay sebesar 25% dan DANA pada urutan ke tiga yaitu sebesar 19%. Hal ini dapat dilihat bahwa e-wallet di Madiun telah banyak digunakan dan yang mendominasi pengguna adalah e-wallet OVO. Besarnya potensi penggunaan *Fintech* di Indonesia patut diberikan ruang untuk berkembang, melihat telah banyak produk layanan yang bermunculan didukung oleh besarnya antusiasme pengguna *Fintech* di Indonesia.

Technology Acceptance Model (TAM) teori yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 ini merupakan salah satu teori yang dapat digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan penerimaan individu pada penggunaan teknologi. Dalam teori ini menjadikan variabel persepsi kemudahan dalam penggunaan (*perceived easy of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) sebagai alat ukur untuk menganalisis penerimaan individu pada penggunaan teknologi. Terdapat satu teori yang dapat dikaitkan dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* yaitu *Theory Planned Behavior (TPB)* dalam penelitian ini untuk menganalisis minat dalam bertransaksi menggunakan *Fintech*. *Theory Planned Behavior (TPB)* ini dikemabangkan oleh Ajzen pada 1991, digunakan untuk menjabarkan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi individu dalam berminat untuk menggunakan suatu teknologi.

Jogiyanto (2007) minat penggunaan adalah minat dalam menggunakan suatu sistem, sehingga memiliki kecenderungan sikap untuk percaya dan menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan. Minat menggunakan GoPay dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan kepercayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Trisna Aditya dan Luh Putu Mahyuni (2020) menunjukkan hasil persepsi kemudahan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial untuk menggunakan Fintech. Sehingga hasil tersebut dapat memberikan informasi bahwa milenial menyukai sesuatu yang bersifat praktis dan memudahkan saat penggunaan teknologi dalam hal ini dompet digital. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Trisna dan Luh, penelitian yang dilakukan Nopy Ernawati dan Lina Noersanti (2020) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital. Hal ini justru kontra dengan hasil penelitian yang dilakukan Trisna dan Luh (2020). Penelitian yang dilakukan oleh Trisna Aditya dan Luh Putu Mahyuni (2020) menunjukkan hasil persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial untuk menggunakan Fintech. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Trisna dan Luh, penelitian yang dilakukan oleh Gilang Prakoso dan Endang Sugiharta (2020) mendapatkan hasil bahwa variabel persepsi keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan e-commerce di Jakarta Pusat. Penelitian yang dilakukan Nopy Ernawati dan Lina Noersanti (2020) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO di Jakarta Utara. Hal ini justru berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Axcel Rusdiana Julianto (2020) bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan GoPay.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Persepsi Kemudahan

Jogiyanto (2007) mengatakan persepsi kemudahan adalah kepercayaan yang dimiliki seseorang serta meyakini bahwa menggunakan suatu teknologi akan memudahkan. Pendapat lain disampaikan oleh Davis (1989) persepsi kemudahan merupakan tingkat seseorang untuk mempercayai bahwa penggunaan teknologi informasi adalah hal yang tidak sulit dan tidak membutuhkan usaha dari pemakainya. Susilo dkk., (2017) persepsi kemudahan berkaitan dengan sistem teknologi informasi pada kepercayaan pribadi bahwa sistem tidak membutuhkan usaha besar untuk mengoperasikan.

Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat merupakan sejauh mana individu percaya jika mereka akan mendapatkan manfaat dari suatu teknologi meningkatkan kinerja mereka. Seseorang akan merasa lebih mudah menggunakan internet serta merasa semakin

mudah dalam mendapat manfaat dari penggunaan teknologi (Sati dan Ramaditya, 2020). Definisi lain dijelaskan oleh Davis (1989) persepsi manfaat dijelaskan sebagai tingkat dimana individu percaya bahwa penggunaan teknologi meningkatkan kinerja di tempat kerja, yang berarti bahwa manfaat layanan dari internet banking dapat meningkatkan produktivitas kinerja bagi mereka yang menggunakan sistem tersebut. Pendapat lain dari Ernawati (2020) persepsi manfaat merupakan sejauh mana individu merasa yakin dalam menggunakan teknologi akan membantu tingkat efisiensi kerja.

Persepsi Keamanan

Ibrahim dan Moeliono (2020) mengatakan bahwa faktor keamanan diartikan sejauh mana individu meyakini bahwa penyediaan layanan tersebut dapat memenuhi kepercayaan pengguna dan layanan tersebut tidak merugikan. Desky dkk (2022) menjelaskan persepsi keamanan sering dikaitkan dengan konsekuensi negatif yang dapat diderita seseorang ketika memiliki keinginan untuk menggunakan sebuah sistem. Menurut Tsiakis dan Sthephanides (2005) keamanan merupakan sejumlah prosedur dalam sebuah program untuk verifikasi sumber data dan memastikan integritas dan privasi sebuah informasi.

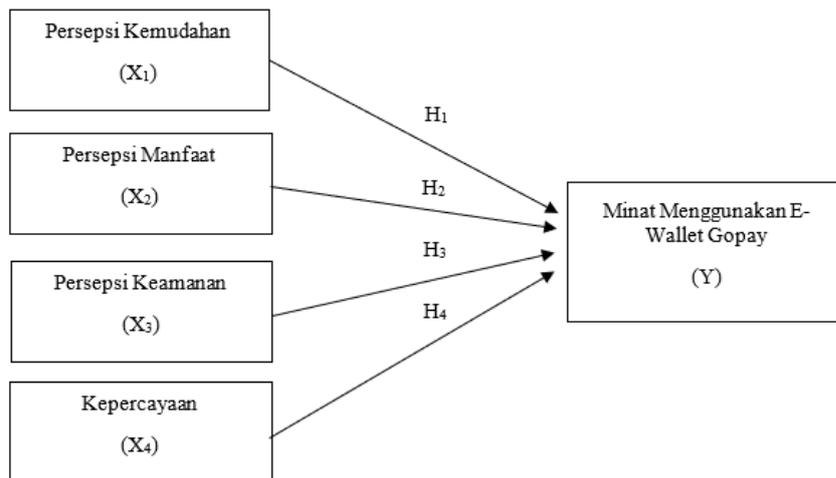
Kepercayaan

Rofiq dan Mula (2010) berpendapat bahwa kepercayaan pelanggan merupakan kesanggupan pihak dalam menerima resiko tindakan dari pihak lain berdasarkan harapan yang dapat dipercaya serta mengontrol tindakan pihak terpercaya. Caniago (2022) berpendapat bahwa kepercayaan adalah keyakinan suatu pihak mengenai keandalan, daya tahan, serta integritas pihak lain dalam hubungan dan keyakinan jika tindakan yang dilakukan merupakan kepentingan terbaik dan memberikan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Secara konseptual, Gefen dkk (2003) mendefinisikan bahwa kepercayaan sebagai keyakinan individu pada tiga hal dasar, yaitu kemampuan, integritas dan kebijakan, yang mana hal ini pada dasarnya membuat pengguna merasa bahwa teknologi dapat ditargetkan dapat diandalkan.

Minat Menggunakan

Chandra (2016) mengungkapkan minat menggunakan adalah situasi dimana seseorang memperhatikan kebutuhan akan tindakan sehingga tidak memperhatikan proses selanjutnya yang harus dilakukan. Minat menggunakan menurut Ernawati (2020) merupakan minat untuk menggunakan teknologi informasi sebagai keinginan atau niat individu untuk menggunakan secara

berkelanjutan dengan berfikir bahwa pengguna akan memiliki akses terhadap teknologi. Kurnianingsih dkk (2020) menjelaskan bahwa minat merupakan sesuatu yang muncul setelah menerima rangsangan suatu produk, kemudian muncul niat untuk memiliki produk tersebut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual.

Hipotesis berdasarkan kerangka:

H1: Diduga Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan E-wallet GoPay

H2: Diduga Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Minat Menggunakan E-wallet GoPay

H3: Diduga Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan E-wallet GoPay

H4: Diduga Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan E-wallet GoPay

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara parsial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer yang langsung diambil tanpa melalui perantara serta data dalam penelitian ini berupa angka yang dapat dihitung dan dinyatakan. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 1 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Mode		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.483	1.336		9.346	.000
	X1	-.074	.080	.171	2.133	.352
	X2	.163	.059	.193	2.770	.006
	X3	.243	.112	.152	2.170	.031
	X4	.088	.069	.071	2.270	.205

Sumber: Hasil Pengolahan Data IBM SPSS Statistic 25.

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa seluruh nilai dari masing-masing variabel bebas lebih besar dari nilai t table sebesar 1,966. Maka dapat disimpulkan Variabel Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Keamanan (X3), dan Kepercayaan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y).

Uji Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel bebas (X) dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Hasil Uji Determinasi (Uji R) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Determinasi (Uji R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.972 ^a	.087	.078	3.62114

Sumber: Hasil Pengolahan Data IBM SPSS Statistic 25.

Dari hasil uji R², diketahui nilai R square 0,780 atau 78% sehingga kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang simultan antar variabel terhadap minat menggunakan sebesar 78% dan sisanya 22% dipengaruhi variabel lain.

PEMBAHASAN

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan E-wallet GoPay di Madiun. Berdasarkan analisis yang dilakukan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ dan $t_{hitung} (2,133) > t_{tabel} (1,966)$. Artinya persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Dari analisis tersebut dapat menjelaskan bahwa persepsi kemudahan yang memiliki cakupan *clear and understandable, does not require a lot of mental effort, easy to use, dan easy to get the system to do what he/she wants to do* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.
2. Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan E-wallet GoPay di Madiun. Berdasarkan analisis yang dilakukan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ dan $t_{hitung} (2,770) > t_{tabel} (1,966)$. Artinya persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Dari analisis tersebut dapat menjelaskan bahwa persepsi manfaat yang memiliki cakupan pekerjaan lebih cepat selesai (*work more quickly*), membuat pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), meningkatkan performance, dan membantu meningkatkan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.
3. Persepsi Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan E-wallet GoPay di Madiun. Berdasarkan analisis yang dilakukan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ dan $t_{hitung} (2,170) > t_{tabel} (1,966)$. Artinya persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Dari analisis tersebut dapat menjelaskan bahwa persepsi keamanan yang memiliki cakupan jaminan keaman dan kerahasiaan informasi secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.
4. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan E-wallet GoPay di Madiun. Berdasarkan analisis yang dilakukan kepercayaan terhadap minat menggunakan diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ dan $t_{hitung} (2,270) > t_{tabel} (1,966)$. Artinya kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Dari analisis tersebut dapat menjelaskan bahwa kepercayaan yang memiliki cakupan *trustworthy, manfaat, janji, dan job right* secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah suatu pengharapan seseorang ketika sebuah perkataan, janji, pernyataan lisan maupun non lisan dari pihak lain dapat terwujud.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan dan Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Penelitian ini memiliki implikasi terhadap bertambahnya wawasan mengenai ilmu pengetahuan khususnya pada keamanan dan kepercayaan konsumen. Maka bagi perusahaan terkait yaitu pengelola Gojek peningkatan keamanan dan kepercayaan perlu dilakukan untuk menarik minat konsumen terhadap penggunaan e-wallet.

Saran bagi peneliti selanjutnya perlu mengembangkan lebih banyak variabel independent seperti, kualitas layanan, iklan, penawaran dan lain sebagainya. Serta melibatkan lebih banyak responden dalam melakukan penelitian yang dapat mempengaruhi minat menggunakan e-wallet dari seseorang.

DAFTAR PUSTAKA

- BI. (2020). *Sekilas Sistem Pembayaran di Indonesia*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Chandra, I. R. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Penggunaan E-SPT Dalam Pelaporan Pajak. *Jurnal Nonminal, Volume V*.
- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly, Vol.13*.
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner*, 6(2), 1812–1829. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- Ernawati, N. (2020). Jurnal Manajemen STEI Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *BPJP) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 03(02)*. www.bi.go.id/id/statistik
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. Dalam *Source: MIS Quarterly* (Vol. 27, Nomor 1).

- Ibrahim, R. M., & Moeliono, N. N. K. (2020). Persepsi Konsumen Pada My Pertamina (Studi Pada Penggunaan My Pertamina Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Accredited SINTA*, 4(2), 396–413. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Jogiyanto. (2007). *Analisis & Desain: sistem informasi: pendekatan terstruktur teori dan praktik aplikasi bisnis*. Andi Offset.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmia Akuntansi dan Teknologi*.
- Rofiq, A., & Mula, J. (2010). *The Effect of Customers' Trust on E-Commerce: A Survey of Indonesian Customer B to C Transactions*.
- Sati, & Ramaditya. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)*.
- Susilo, W. T. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri* Vol.4. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4688/4448>
- Tsiakis, T., & Sthephanides, G. (2005). The concept of security and trust in electronic payments. *Computers and Security*, 24(1), 10–15. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2004.11.001>