

APLIKASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL DANA

Brenda Jory Wijaya^{1*}, Yuliana Riana Prasetyawati², Muhammad Hasim Habibil Mustofa³
^{1,2,3} Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR

Article history:

Received: 13 Mei 2023

Revised: 12 Juni 2023

Accepted: 30 Juli 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.3336/6/ref.v10i2.5439>

E-mail corresponding author :
yuliana.rp@lspr.edu

PENERBIT:
UNITRI PRESS
Jl. Telagawarna, Tlogomas-
Malang, 65144, Telp/Fax:
0341-565500

ABSTRACT

Indonesia ranked 2nd (24.3%) among the countries where mobile payment app adoption is growing fastest. One of the newcomers from a startup fintech company, called Dompot Digital Indonesia (DANA). DANA officially released in 2018 and in less than a year, has reached 20 million users. However, the total active daily users is only 1.5 million, which means the users who are loyal to using DANA are only about 7% of the total users. Therefore, to oversee the market acceptance and effectiveness of DANA as an E-Wallet from the level of user's attitude and perspective Technology Acceptance Model (TAM) will be used in this research. The aim of the study is to analyze the effect of perceived usefulness(X1), perceived ease of use (X2), and perceived risk (X3) towards the intention to use E-Wallet DANA. The method used in this research is quantitative with purposive sampling as the sampling technique. The data collection was carried out using an online questionnaire from 100 respondents who are between 19-35 years old and DANA users. The results of this study indicate that partially and simultaneously perceived usefulness (X1) and perceived ease of use (X2) have a positive and significant influence on the intention to use DANA, meanwhile perceived risk (X3) has a negative and significant effect on the intention to use DANA with determination coefficient value of 66.6%. DANA can increase the security factor in order to reduce the level of risk that is perceived by the users.

Keywords: *E-Wallet, Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Intention to Use*

ABSTRAK

Indonesia berada di peringkat kedua (24,3%) adopsi aplikasi pembayaran *E-Wallet* dengan pertumbuhan paling cepat. Salah satu pendatang baru perusahaan *startup fintech* adalah Dompot Digital Indonesia (DANA) . DANA hadir di Indonesia pada tahun 2018 dan sudah memiliki 20 juta pengguna dalam kurun waktu kurang dari setahun. Namun, total pengguna harian DANA hanyalah 1,5 juta orang atau hanya sekitar 7% dari total pengguna yang loyal menggunakan DANA. Oleh karena itu, untuk melihat penerimaan pasar dan keefektifan DANA sebagai *E-Wallet* dari tingkat sikap dan perspektif penggunaannya, *Technology Acceptance Model* (TAM) akan digunakan dalam penelitian ini. Maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), dan persepsi risiko (X3) secara simultan terhadap minat menggunakan *E-Wallet* DANA. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner online dari 100 responden dengan rentang usia 19-35 tahun dan merupakan pengguna DANA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan persepsi manfaat (X1) dan persepsi kemudahan penggunaan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, sedangkan

persepsi risiko (X3) memiliki pengaruh negatif terhadap minat menggunakan dengan nilai koefisien

determinasi sebesar 66.6%. DANA dapat meningkatkan keamanan guna mengurangi tingkat risiko yang dirasakan oleh pengguna.

Kata Kunci: *E-Wallet, Technology Acceptance Model (TAM), Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Minat Menggunakan*

PENDAHULUAN

Revolusi industri keempat telah membawa dampak yang luas, efek ini dapat dirasakan baik bagi dunia bisnis dan kehidupan masyarakat. Salah satunya muncul banyaknya sistem belanja online di Indonesia yang memudahkan kita untuk melakukan belanja secara online atau tanpa bertatap muka, hingga berbagai layanan transportasi berbasis teknologi digital. Perubahan-perubahan ini menjadi penanda Indonesia telah memasuki revolusi industri 4.0 (Ruliana & Lestari, 2019, p. 225). Salah satu perubahan signifikan yang terjadi adalah pada alat pembayaran yang mengalami evolusi dan saat ini sedang berkembang dengan pesat dan sedang *trending* di Indonesia adalah pembayaran non tunai atau *cashless* melalui elektronik, yang biasa disebut *E-Money* atau *E-Wallet* di Indonesia dikenal dengan istilah *digital wallet* atau dompet digital (Savitri, 2019, p. 64).

Salah satu perubahan signifikan yang terjadi adalah pada alat pembayaran yang mengalami evolusi dan saat ini sedang berkembang dengan pesat dan sedang *trending* di Indonesia adalah pembayaran non tunai atau *cashless* melalui elektronik, yang biasa disebut *E-Money* atau *E-Wallet* di Indonesia dikenal dengan istilah *digital wallet* atau dompet digital (Savitri, 2019, p. 64).

Sehubungan dengan pernyataan bahwa proyeksi penggunaan *smartphone* dan transaksi uang elektronik di Indonesia akan terus berkembang, sehingga hal ini memberikan peluang munculnya industri baru, salah satunya adalah munculnya industri baru yang bernama *financial technology*. Menurut Adiningsih (2019, p.88) *financial technology/fintech* adalah teknologi sebagai media praktik transaksi keuangan bagi masyarakat. Keberadaan *fintech* dapat menjadi salah satu solusi atau jawaban atas permasalahan industri keuangan tradisional yang tidak dapat melayani masyarakat secara menyeluruh, seperti transaksi secara *real time* dan jarak jauh dapat diselesaikan hanya dalam hitungan detik. Hal ini didukung oleh pendapat Christensen dan Bower (dalam Adiningsih, 2019, p. 89) bahwa *fintech* mampu merubah praktis transaksi dengan system yang lebih kepraktisan, mudah diakses, nyaman dan murah.

Menurut data Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (dalam Rosalina, 2017) pelaku *fintech* Indonesia mayoritas bergerak pada sektor pembayaran (*payment*) (42%), dilanjutkan dengan pinjaman (*lending*) (18%), dan sisanya berbentuk aggregator (13%), pembiayaan (*crowdfunding*) (8%), perencanaan keuangan (*financial planning*) (8%), dan lain-lain (11%). Sehubungan dengan pernyataan McNair (2018), bahwa Indonesia berada di peringkat kedua (24,3%) dengan adopsi aplikasi pembayaran *smartphone* yang biasa disebut *E-Wallet* tumbuh tercepat, dengan India yang berada di peringkat pertama (26,4%). Oleh karena itu, sektor pembayaran (*payment*) dengan penggunaan dompet digital menjadi produk unggulan para penyelenggara *fintech*.

Menurut riset yang dilakukan oleh Jakpat dan *Daily Social*, 74,6% pengguna *E-Wallet* memiliki rentang usia produktif 20-35 tahun. Potensi berkembangnya *E-Wallet* diprediksikan akan terus meningkat dengan prediksi bonus demografi Indonesia hingga sepuluh tahun kedepan, dimana usia penduduk yang produktif lebih dominan (Devita, 2019).

Menurut survei yang dilakukan *Daily Social* pada tahun 2018 dengan 2009, lima alasan utama bahwa orang menggunakan layanan *fintech* adalah karena mudah digunakan (75%), sederhana atau *simple* (71%), kemudian hemat waktu (62%), tidak perlu ke kantor bank (49%), dan yang terakhir adalah lebih aman serta memiliki berbagai promo / insentif yang menarik di angka yang sama yaitu (36%). Survei yang dilakukan oleh *Daily Social* dengan sampel 825 responden aktif yang menggunakan *E-Wallet*, juga menunjukkan penyedia *E-Wallet* yang paling populer adalah Go-Pay (79%), diikuti oleh Lippo OVO (58%), kemudian Tcash (yang sekarang berganti menjadi Linkaja) (55%) dan DANA (34%).

Salah satu *E-Wallet* yang mendapat perhatian dari masyarakat adalah Dompot Digital Indonesia (DANA). DANA adalah layanan *E-Wallet* yang merupakan hasil kolaborasi Emtek group dan *Ant Financial*. DANA resmi diluncurkan pada tahun 2018, dengan tujuan untuk mendorong penggunaan *cashless* dan media pembayaran yang aman dan nyaman.

Berdasarkan data hasil wawancara dengan CEO DANA, Vincent Iswara, permasalahan yang terdapat adalah walaupun sudah dilakukan berbagai strategi, total pengguna harian DANA atau *daily active users* per Juli 2019 hanyalah 1,5 juta orang. Angka ini merupakan angka yang kecil dan sangat tidak sebanding dengan total pendaftar atau *registered users* DANA yaitu 20 juta, atau hanya sekitar 7% pengguna harian dari total *registered users* yang loyal menggunakan DANA. Masih terdapat 93% dari yang terdaftar dan belum menggunakan DANA secara aktif sebagai alat pembayaran sehari-hari. Pada sisi *digital payment technology*, DANA lebih fokus untuk memberikan tingkat kenyamanan dan kemudahan pengalaman pengguna atau *user experience* yang baik khususnya millennial dan penerusnya (Adiwaluyo, 2018).

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sikap pengguna DANA sebagai *E-Wallet* dari sudut pandang teori *Technology Acceptance Model* (TAM) akan digunakan dalam penelitian ini. Menurut Davis, (1989), Venkatesh dan Davis (dalam Wida et al., 2016) bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) mengkaji dua faktor penerimaan pengguna terhadap sebuah teknologi, yaitu 1) persepsi kemudahan terhadap manfaat dan 2) persepsi kemudahan dalam penggunaan.

Konsep TAM digunakan sebagai pijakan dalam mempelajari dan memahami sikap pengguna dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi (Wida, Yasa & Sukaatmadja, 2016). Hal ini didukung Lee dan Panteli (2010), bahwa penggunaan konsep TAM mampu memprediksi penerimaan dan sikap pengguna terhadap sebuah sistem teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang diperlukan guna mengetahui faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap pengguna tersebut.

Menurut Hartono (2007) persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat perilaku (*behavioral intention*). Pengguna teknologi memiliki minat untuk penggunaan teknologi (minat perilaku) apabila sistem teknologi memiliki kebermanfaatan dan tepat guna.

Hasil penelitian Riek, Bohme dan Moore (2015) menyatakan bertambahnya faktor persepsi risiko pada TAM dapat meningkatkan pertimbangan faktor negatif saat mempelajari mengenai penerimaan teknologi. Sayekit dan Putarta (dalam Alza & Rikumahu, 2019) menyatakan bahwa dampak variabel eksternal yaitu risiko memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan atau (*intention to use*) yang termediasi dari persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Pernyataan tersebut

diperkuat oleh hasil studi yang dikemukakan oleh Lai dan Zainal (2015) bahwa persepsi risiko (*perceived risk*) terbukti dapat mempengaruhi secara positif niat dan keputusan konsumen dalam melakukan pembayaran atau transaksi secara elektronik atau digital.

Oleh karena itu, penelitian ini menguji dua variabel utama dalam TAM yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) serta menambahkan faktor persepsi risiko (*perceived risk*) terhadap minat menggunakan *E-Wallet* DANA.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan berkaitan dengan *non-probability sampling* adalah *purposive sampling*. Noor (2017) menyatakan bahwa *purposive sampling* sebagai metode penentuan sampel disertai pertimbangan-pertimbangan khusus agar layak dijadikan sampel yakni berdasarkan jumlah pengguna atau *user* aktif DANA dengan kriteria a) Umur 19-35 tahun, b) Berdomisili di DKI Jakarta, dan c) Pernah menggunakan DANA. Pada Variabel X1 (Persepsi Manfaat) terdapat 6 indikator yang digunakan yaitu, *work more quickly, improves job performance, increase productivity, effectiveness, makes job easier, dan useful*. Pada Variabel X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) terdapat 6 indikator yang diukur yaitu, *controllable, easy to learn, clear and understandable, easy to become skillful, flexible, dan easy to use*. Pada Variabel X3 (Persepsi Risiko) terdapat 3 indikator yang dikaji yaitu, adanya risiko yang mungkin muncul, adanya kerugian, dan berfikir akan berisiko. Variabel Y (Minat Menggunakan) memiliki 5 indikator yaitu, penggunaan sistem akan meningkat di masa yang akan datang, berniat untuk menggunakan sistem di masa yang akan datang, penggunaan sistem akan direkomendasi ke teman-teman, akan selalu mencoba menggunakan sistem, dan berencana untuk sering menggunakan sistem. Skala yang digunakan adalah skala likert dan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda.

PEMBAHASAN

Menurut Noor, (2017) uji Validitas dilakukan untuk menunjukkan kesahihan suatu penelitian dengan menguji hubungan antara skor disetiap butir pertanyaan dengan nilai total pada kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan guna melihat pemahaman responden terhadap kalimat pertanyaan yang peneliti berikan. Kegiatan *pre-test* dilakukan kepada responden sejumlah 30 orang guna menguji sejauh mana daftar pertanyaan (kuesioner) yang digunakan dapat mengukur dengan baik variabel-variabel penelitian yang digunakan.

Berdasarkan hasil uji validitas *pre-test* variabel X1 (Persepsi Manfaat) dengan mengambil 30 responden, sehingga, didapat r tabel sebesar 0,3061 dengan taraf signifikansi sebesar 10%. Hasil menunjukkan dari 12 pertanyaan variabel X1 (Persepsi Manfaat) yang diuji, setiap pertanyaan mempunyai nilai *correct item – total correlation* (r hitung) lebih besar dari 0.3061. Hal ini menunjukkan bahwa semua pertanyaan variabel X1 (Persepsi Manfaat) dinyatakan valid.

Hasil uji validitas *pre-test* variabel X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) yang memiliki 13 item pertanyaan menunjukkan seluruh nilai r hitung > dari nilai r tabel yaitu 0,3061. Hal ini menunjukkan bahwa 13 item pertanyaan variabel X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) adalah valid atau sah.

Hasil uji validitas *pre-test* variabel X3 (Persepsi Risiko) dengan 6 item pertanyaan, menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,3061. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan variabel X3(Persepsi Risiko) adalah valid atau sah.

Demikian pula dengan uji validitas *pre-test* variabel Y (Minat Menggunakan) yang terdiri dari 10 item pertanyaan memiliki hasil bahwa nilai r hitung > (lebih besar) dari nilai r tabel yaitu 0,3061. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan variabel Y (Minat Menggunakan) adalah valid.

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dalam hal ini adalah kuesioner dapat diandalkan dan dapat dilakukan dengan pengukuran Cronbach's Alpha. Menurut Noor (2017) kriteria suatu instrumen penelitian dapat dikatakan *reliable* atau handal apabila memiliki nilai *alpha Cronbach* lebih dari atau sama dengan 0,6. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel *Persepsi Manfaat* (X1) Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Persepsi Risiko (X3) dan Minat Menggunakan (Y) memiliki nilai *alpha Cronbach* lebih dari 0,6 maka dinyatakan reliabel.

Teknik sampling menggunakan *purposive sampling*, dengan pertimbangan yaitu 1) responden yang tinggal di DKI Jakarta; 2) responden berusia antara 19 tahun sampai 35 tahun, dan merupakan 3) pengguna dompet digital atau *E-Wallet* DANA. Responden yang terlibat pada penelitian ini mayoritas berusia di antara 24-28 tahun. Hal ini sesuai dengan pernyataan Catriana (2020), bahwa 68% konsumen pasar dompet digital di Indonesia adalah kalangan milenial yang merupakan kelahiran 1980 hingga 1996.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa responden perempuan berjumlah 54 orang (54%) dan laki-laki sebanyak 46 orang (46%). Kondisi ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini didominasi oleh pendapat dari responden perempuan.

Hal ini sesuai dengan riset yang dilakukan Google dengan GfK tentang Digital Wallet Study 2017 dan Soeprajitno, (2018) bahwa berdasarkan hasil riset menunjukkan bahwa perempuan di Indonesia dengan rentang usia 25-34 tahun lebih mudah mengadopsi melakukan transaksi keuangan menggunakan uang digital atau *E-Wallet* dibandingkan laki-laki. Riset juga menunjukkan bahwa mayoritas perempuan menggunakan *E-Wallet* untuk berbelanja online dan membeli pulsa/paket data. Oleh karena itu, DANA sebagai salah satu *E-Wallet* menyediakan layanan tersebut. Berdasarkan kategori pekerjaan, responden yang merupakan pegawai swasta sebanyak 41 orang (41%), diikuti oleh responden yang merupakan mahasiswa/i sejumlah 33 orang (33%), responden yang merupakan profesional sebesar 12 orang (12%), dan yang paling terakhir adalah responden yang merupakan wirausaha sebanyak 14 orang (14%). Maka mayoritas responden penelitian ini berdasarkan jenis pekerjaan adalah pegawai swasta.

Hal ini sejalan dengan survei yang dilakukan Ipsos (2019) bahwa mayoritas pengguna dompet digital atau *E-Wallet* adalah generasi muda yang sudah memiliki kemampuan untuk membayar. Maka mayoritas responden yang merupakan pegawai swasta sudah tepat dan sesuai karena responden sedang bekerja dan memiliki penghasilan.

Frekuensi responden menggunakan DANA sebanyak 1 kali dalam sebulan adalah 40 orang atau (40%), penggunaan sebanyak 1 kali dalam seminggu adalah 26 orang atau (26%), penggunaan 1-3 kali dalam seminggu sebanyak 27 orang atau (27%), dan penggunaan 4-6 kali dalam seminggu sebanyak 7 orang atau (7%). Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden menggunakan DANA hanya sebanyak 1 kali dalam sebulan.

Menurut (Puspita, 2020) bahwa berdasarkan survei yang dilakukan oleh Ipsos, bahwa 68% konsumen menggunakan di Indonesia dompet digital setidaknya sekali seminggu. Namun pada kenyataannya, mayoritas responden hanya menggunakan DANA sebanyak 1 kali dalam sebulan. Oleh karena itu, penting bagi DANA untuk melakukan berbagai strategi guna meningkatkan penggunaan *E-Wallet* DANA.

Mayoritas responden menggunakan DANA untuk melakukan transaksi offline melalui toko maupun restoran merupakan tujuan yang paling banyak dipilih sebesar 71%, diikuti oleh penggunaan untuk membeli pulsa dengan presentase sebesar 46%, kemudian transaksi online (*E-Commerce*) dengan presentase 44%, pembelian voucher games / TIX ID dengan presentase sebesar 26%, dan yang terakhir membayar tagihan atau utilitas dengan presentase sebesar 18%.

Sejak pertama kali DANA diluncurkan, banyak promo dan *cashback* yang ditawarkan oleh berbagai *merchant* yang bekerja sama dengan DANA. Mayoritas konsumen memilih menggunakan DANA ketika melakukan transaksi di *merchant F&B* karena adanya penawaran promo tersebut (Sofuroh, 2019).

Menurut Kurniawan dan Yuniarto, (2016) uji F adalah uji yang dilakukan oleh seluruh variabel bebas secara menyeluruh dan secara bersama dalam suatu model. Dasar analisis adalah apabila nilai F-hitung lebih besar dari F tabel, dan angka Sig < 0,05 maka terdapat pengaruh secara simultan antara semua variabel X terhadap variabel Y.

Hipotesa hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho₄: Tidak ada pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko secara simultan terhadap minat menggunakan.

Ha₄: Terdapat pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko secara simultan terhadap minat menggunakan.

F hitung didapat dari output sebesar 63.865. Nilai f tabel = $F(k;n-k)$, $F=(3;(100-3))$, F tabel (3;97) = 2,70 dengan tingkat kesalahan 5%, dimana “k” adalah jumlah variabel independen, dan “n” merupakan jumlah data. Maka dapat diketahui bahwa nilai F hitung (63.865) > lebih besar F tabel (2,70). Sig output atau nilai signifikan diketahui sebesar 0,000 yang mempunyai sig output (0,000) < lebih kecil dibandingkan dengan nilai probabilitas yaitu (0,05)

Temuan penelitian membuktikan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko secara simultan terhadap minat menggunakan *E-Wallet* DANA.

Menurut Kurniawan dan Yuniarto (2016, p. 95) uji signifikansi secara parsial memiliki kegunaan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda-beda. Peneliti akan melakukan pengujian secara parsial untuk mengetahui apakah secara parsial X1 (Persepsi Manfaat), X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), dan X3 (Persepsi Risiko) berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap Y (Minat Menggunakan).

Uji Hipotesis Variabel X1 (Persepsi Manfaat) terhadap Y (Minat Menggunakan)

Hipotesa dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho₁: Tidak ada pengaruh Persepsi Manfaat terhadap minat menggunakan.

Ha₁: Terdapat pengaruh Persepsi Manfaat terhadap minat menggunakan.

Variabel X1 (Persepsi Manfaat) memiliki nilai koefisien sebesar 0,675 dan t hitung sebesar 8,045, sedangkan t tabel = $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 100-3-1) = (0,025; 96)$ Sehingga, didapat t tabel sebesar 1,985 dengan taraf signifikansi 5%. Sehingga dapat diketahui t hitung (8,045) lebih besar > t tabel (1,985), serta nilai signifikan variabel X1 (Persepsi Manfaat) adalah 0,000 yang mempunyai arti lebih kecil dibanding nilai probabilitas yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 0,05. Hal ini membuktikan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan E-Wallet DANA.

E-Wallet DANA memberikan berbagai manfaat bagi penggunanya, maka pengguna akan memiliki minat untuk menggunakannya. Sebaliknya bila pengguna beranggapan bahwa *E-Wallet* DANA tidak memberikan manfaat sama sekali pada dirinya, maka pengguna tidak akan berminat lagi untuk menggunakan *E-Wallet* DANA. Persepsi manfaat adalah ukuran di mana penggunaan suatu teknologi dipercaya dapat mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Maka dapat disimpulkan bahwa manfaat dalam penggunaan *E-Wallet* DANA merupakan nilai kegunaan yang akan diperoleh atau diharapkan oleh pengguna DANA ketika melakukan transaksi dengan DANA.

Uji Hipotesis Variabel X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) terhadap Y (Minat Menggunakan)

Ho₂: Tidak ada pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap minat menggunakan.

Ha₂: Terdapat pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap minat menggunakan.

Interpretasi atas output (Uji t) pada tabel 32 adalah sebagai berikut:

Variabel X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) memiliki nilai koefisien sebesar 0,199 dan t hitung sebesar 2,372 sedangkan t tabel sebesar 1,985. Sehingga dapat diketahui t hitung (2,372) lebih besar > t tabel (1,985), serta nilai signifikan variabel X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) adalah 0,020 yang mempunyai arti lebih kecil dibanding nilai probabilitas yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 0,05. Hal ini membuktikan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan E-Wallet DANA.

Uji Hipotesis Variabel X3 (Persepsi Risiko) terhadap Y (Minat Menggunakan)

Ho₃: Tidak ada pengaruh Persepsi Risiko terhadap minat menggunakan.

Ha₃: Terdapat pengaruh Persepsi Risiko terhadap minat menggunakan.

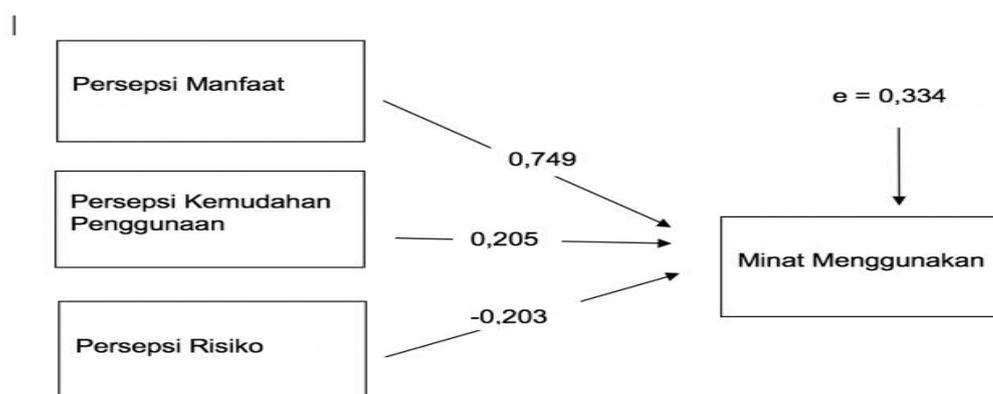
Variabel X3 (Persepsi Risiko) memiliki nilai koefisien sebesar -0.125 dan t hitung sebesar -2.087 sedangkan t tabel sebesar 1,985. Sehingga dapat diketahui t hitung (-2.087) lebih besar > t tabel (1,985), serta nilai signifikan variabel X2 (Persepsi Risiko) adalah 0,040 yang mempunyai arti lebih kecil dibanding nilai probabilitas yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 0,05. Hal ini membuktikan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Risiko secara parsial berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan E-Wallet DANA.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,656. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas yaitu, X1 (Persepsi Manfaat), X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), dan X3 (Persepsi Risiko)

dalam menjelaskan variabel terikat Y (Minat Menggunakan) adalah 65,6% dan sisanya 34,4% dijelaskan oleh variabel atau faktor lain.

Menurut Tersiana (2018, p. 134) analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang dilakukan berdasarkan hubungan antara satu dependen variabel dengan dua atau lebih dependen variabel. Regresi linear berganda juga mengukur besarnya pengaruh yang terjadi antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas, yaitu X1 (Persepsi Manfaat), X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), dan X3 (Persepsi Risiko) terhadap variabel terikat, dalam hal ini Y (Minat Menggunakan).

Gambar 1. Model Penelitian



Dapat diketahui bahwa nilai konstanta (a) yaitu -5,666 dan untuk variabel X1 (Persepsi Manfaat) memiliki nilai koefisien (b) sebesar 0,749, sedangkan untuk variabel X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) memiliki nilai koefisien 0,205, dan untuk variabel X3 (Persepsi Risiko) memiliki nilai koefisien -0,203.

Persamaan linear ini menjelaskan bahwa setiap kenaikan satu unit X1 (Persepsi Manfaat), maka nilai Y (Minat Menggunakan) akan naik sebesar 0,749 dan juga sebaliknya, apabila terjadi penurunan satu unit X1 (Persepsi Manfaat) maka nilai Y (Minat Menggunakan) akan menurun sebesar 0,749.

Koefisien regresi X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) sebesar 0,205 dapat jelaskan bahwa setiap kenaikan satu unit X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), maka nilai Y (Minat Menggunakan) akan naik sebesar 0,205. Sebaliknya apabila terjadi penurunan satu unit X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) maka nilai Y (Minat Menggunakan) akan mengalami penurunan sebesar 0,205.

Sementara itu, untuk koefisien regresi X3 (Persepsi Risiko) sebesar -0,203 dapat dijelaskan bahwa setiap kenaikan satu unit X3 (Persepsi Risiko), maka nilai Y (Minat Menggunakan) akan naik sebesar -0,203. Sebaliknya apabila terjadi penurunan satu unit X2 (Persepsi Risiko) maka nilai Y (Minat Menggunakan) akan mengalami penurunan sebesar -0,203.

$$Y = - 5.666 + 0,749X1 + 0,205X2 - 0,203X3 + 0,334e$$

KESIMPULAN

Penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *E-Wallet* DANA. Semakin tinggi manfaat DANA yang dirasakan oleh konsumen maka akan meningkatkan minat seseorang dalam melakukan transaksi menggunakan DANA. Penelitian ini juga membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *E-Wallet* DANA. Salah satu faktor penting yang diperhatikan oleh konsumen pada produk atau layanan digital adalah kemudahan penggunaannya.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat menggunakan *E-Wallet* DANA. Semakin tinggi persepsi risiko, maka minat untuk menggunakan DANA akan menurun, begitu pula sebaliknya, apabila persepsi risiko menurun maka minat untuk menggunakan DANA akan meningkat. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko secara bersama sama terhadap minat menggunakan *E-Wallet* DANA.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Hartono, J. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kurniawan & Yuniarto. 2016. *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Ruliana, P. & Lestari, P. 2019. *Teori Komunikasi*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Savitri, A. 2019. *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*. Yogyakarta: Penerbit Genesis.
- Tersiana, A. 2018. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal dan lainnya

- Adiwaluyo, E. (2018, Mei 30). DANA: Generasi Millennial Kunci Penyebaran Digital. Diperoleh pada 20 September 2020, dari situs web Marketeers: <https://marketeers.com/dana-generasi-millennial-kunci-penyebaran-pembayaran-digital/>
- Alza & Rikumahu. (2019). Analisis Faktor Risiko Sebagai Tambahan Dalam Model TAM Dalam Penggunaan Electronic Money (Studi Kasus: E-Money Mandiri di Kota Jakarta). *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit, dan Sistem Informasi Akuntansi)*. Vol.3 No.2. Diperoleh pada 12 November 2019 dari E-Journal <http://journalfeb.unla.ac.id/index.php/jasa/article/view/966>
- Devita, V. D. (2019, Agustus 12). Siapakah Aplikasi E-Wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?. Diperoleh pada 15 Oktober 2019 dari situs web Iprice: <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Ipsos. (2020). Evolusi Industri Dompot Digital: Strategi menang tanpa bakar uang. Diperoleh pada 10 Mei 2020 dari situs web Ipsos: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_media_conferennce_-_e-wallet_-_id_0.pdf
- Lai, P. C & Zainal, A. A. (2015). Perceived risk as an extension to TAM model: Consumers' intention to use a single platform e-payment. *Australia Journal Basic and Applied Science*. Vol. 9 No. 2. Diperoleh pada 15 November dari E-Journal: https://www.researchgate.net/publication/296775473_Perceived_Risk_As_An_Extension_To_TAM_Model_Consumers'_Intention_To_Use_A_Single_Platform_E-Payment

- Lee, J. Y. & Panteli, N. (2010). Business Strategic Conflict in Computer-mediated Communication. *European Journal of Information Systems*. Vol. 19 No. 2. Diperoleh pada 13 November 2019 dari *E-Journal* <https://doi.org/10.1057/ejis.2010.4>
- McNair, C. (2018). Global Proximity Mobile Payment Users. Diperoleh pada 20 Oktober 2019 dari situs web EMarketer: <https://www.emarketer.com/content/global-proximity-mobile-payment-users>
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah Edisi Pertama*. Jakarta, Indonesia: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Puspita, R. (2020, Februari 17). Survei: 68 Persen Konsumen Nyaman dengan Dompot Digital. Diperoleh pada 10 Mei 2020 dari situs web Republika: <https://republika.co.id/berita/q5thko428/survei-68-persen-konsumen-nyaman-dengan-dompot-digital>.
- Riek, M., Böhme, R., & Moore, T. (2015). Measuring the Influence of Perceived Cybercrime Risk on Online Service Avoidance. *IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing*. Vol. 13 No. 2. Diperoleh pada 15 November 2019 dari *E-Journal* doi: [10.1109/TDSC.2015.2410795](https://doi.org/10.1109/TDSC.2015.2410795).
- Rosalina, D. 2017. Fintech Payment Masih Mendominasi Di 2018. <https://keuangan.kontan.co.id/news/fintech-payment-masih-mendominasi-di-2018>.
- Soeprajitno, H. (2018, September 28) Diskon hingga Malas Repot, 9 Perilaku Digital Payment di Indonesia. Diperoleh pada 15 April 2020 dari situs web Marketeers: <https://marketeers.com/9-perilaku-digital-payment-di-indonesia/>.
- Sofuroh (2019, November 7) Catat! Jajan Makan & Minum di Restoran ini Cuma Rp11. Diperoleh pada 10 Mei 2020 dari situs web Inet Detik: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4776368/catat-jajan-makan--minum-di-retoran-ini-cuma-rp11>.
- Wida, P., Yasa, N., & Sukaatmadja, I. (2016). Aplikasi Model TAM (Technology Acceptance Model) pada perilaku pengguna Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*. Vol. 6 No. 2. Diperoleh pada 20 November dari *E-Journal*: <https://www.neliti.com/publications/101948/aplikasi-model-tam-technology-acceptance-modelpada-perilaku-pengguna-instagram>.