



FAKTOR PENGGUNAAN E-WALLET PADA GENERASI MILENIAL DI AREA SOLO RAYA

Novel Idris Abas, Arfi Agustian Wardana, Dewita Puspawati
Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia
Nia679@ums.ac.id

Abstract

This goal of the study is to determine what factors influence the millennial generation in using e-wallet, especially in the Solo Raya area. The independent variable in this study is perceived ease of use and convenience in using e-wallet. The dependent variable in this study is the intention to use. This research is quantitative research and involves 225 respondents in the millennial generation in the Solo Raya area. The technique of distributing questionnaire items is using the Google Form which is distributed through social media. Statistically, the result of this study is that the perceived ease of use and convenience in using e-wallet 59,7% significantly affects the intention to use e-wallet. This means that the factor that causes the millennial generation to use e-wallet is the perceived ease of use and convenience in using e-wallet.

Keywords: perceived ease of use, convenience in using e-wallet, intention to use e-wallet, e-wallet.

Abstrak

Dalam penelitian ini peneliti bertujuan dalam rangka mengetahui factor apa saja yang memengaruhi generasi milenial dalam menggunakan e-wallet, khususnya di area Solo Raya. Variabel independent yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan kenyamanan, sedangkan variabel dependen yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah niat menggunakan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan melibatkan 225 responden pada generasi milenial di area Solo Raya. Teknik penyebaran item kuesioner dilakukan dengan aplikasi google form yang disebarakan melalui social media. Secara statistic, hasil dari penelitian ini adalah bahwa persepsi kemudahan dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan sebesar 59,7%. Hal tersebut berarti bahwa factor yang menyebabkan generasi milenial dalam menggunakan e-wallet adalah persepsi kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan e-wallet.

Kata kunci : Persepsi kemudahan, kenyamanan, niat menggunakan, e-wallet.

I. Pendahuluan

Saat ini perkembangan teknologi dalam jasa keuangan berjalan sangat pesat, terutama dengan hadirnya fintech. Fintech memiliki pengaruh dalam gaya hidup masyarakat yang serba praktis. Fintech memudahkan dan menyederhanakan setiap transaksi keuangan (Rahma, 2018). Alat pembayaran yang sedang berkembang saat ini adalah dompet elektronik. Dompet elektronik atau yang sering disebut e-wallet merupakan salah satu perkembangan teknologi keuangan yang memanfaatkan internet dan digunakan sebagai alat pembayaran. E-wallet berfungsi sebagai alat penyimpanan uang sekaligus alat pembayaran dalam bertransaksi baik secara online maupun offline. Tanpa media kartu, hanya dengan smartphone masyarakat dapat menggunakan e-wallet dalam berbagai macam transaksi (Widiyanti, 2020). Menariknya, dari banyaknya kalangan yang menggunakan e-wallet sebagai sarana transaksi, generasi Z adalah generasi yang paling dominan dalam menggunakan e-wallet. Generasi Z adalah generasi yang dilahirkan pada tahun 1997 hingga 2012. Pada tahun 2022 generasi z memiliki rentang usia 9-25 tahun. Generasi z memiliki perilaku yang menarik yaitu pola peminatan pada hidup cashless. Pola hidup cashless berarti bahwa setiap pembayaran dilaksanakan secara non tunai bukan secara tunai. Pola bertransaksi dari perilaku generasi z menarik untuk diteliti karena bisa memberikan permodelan minat penggunaan fintech di Indonesia.

Model peminatan terhadap teknologi pertama kali dikenalkan oleh Davis (1986) dengan Technology Acceptance Model (TAM). Minat diartikan tingkat kemauan seseorang untuk melaksanakan sesuatu atau

menggunakan sebuah teknologi. Minat berfungsi sebagai daya penggerak yang menunjukkan seseorang dalam rangka melakukan kegiatan tertentu (Seetharaman et al, 2017). TAM ialah merupakan suatu model penelitian awal yang sangat berpengaruh dalam rangka menjelaskan perilaku adopsi teknologi informasi (Davis, 1986). TAM ialah model yang dianggap sangat berpengaruh dan umum sering digunakan dalam rangka menjelaskan pemahaman seorang individual dalam penggunaan TI. TAM saat dibentuk bertujuan untuk memberikan penjelasan pada faktor penentu adopsi dari perilaku *user* teknologi informasi terhadap penerimaan teknologi informasi. Salah satu konstruksi utama dalam model tersebut ialah persepsi kemudahan. Minat untuk menggunakan pada pengguna akan muncul ketika dompet digital dirasa mudah dan nyaman untuk digunakan. TAM menjelaskan bahwa persepsi pengguna tentang manfaat terhadap teknologi baru adalah terutama dipengaruhi oleh kemudahannya (Lim, 2018).

Menurut Indarsin dan Ali (2017) persepsi kemudahan adalah tingkatan keyakinan seorang individu bahwa penggunaan sebuah teknologi dapat mengurangi upayanya. Semakin sedikit upaya yang diperlukan, semakin banyak pengguna merasakan teknologinya berguna, meningkatkan kesediaan mereka untuk menggunakannya (Hsu et al. 2013). Jika pengguna berfikir bahwa belajar menggunakan dompet digital itu mudah dan proses operasinya sederhana, maka persepsi mereka tentang kegunaan atau kemanfaatan dompet digital akan meningkat dan mereka lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi- ini. Triani

dan Moeliono (2019) meneliti pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi ticket.com. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi mobile ticket.com. Persepsi kemudahan mengukur seberapa mudah e-wallet digunakan oleh pengguna. Liu et al. (2019) meneliti pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan m-payment. Penelitian tersebut dilakukan di China selama satu bulan dan melibatkan 245 responden dengan metode pengumpulan data berbentuk survey. Responden penelitian tersebut berusia antara 18-40. Hasil penelitian adalah bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan m-payment. Kemudahan tersebut berupa mudah digunakan dan tidak menyita banyak waktu ketika digunakan. Begitupun hasil penelitian dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Kemudahan tersebut berupa mudah digunakan dan mudah dipelajari.

Kenyamanan didefinisikan sebagai kondisi dimana seorang individu merasa nyaman ketika menggunakan suatu teknologi (Davis, 1986). Menurut Sun dan Havidz (2019) kenyamanan menjadi salah satu faktor utama yang membuat konsumen memilih pembayaran seluler daripada metode kartu kredit. Kenyamanan mengukur seberapa nyaman pengguna pada saat menggunakan e-wallet. Kenyamanan terkait dengan elemen yang menghasilkan utilitas waktu dan tempat bagi pengguna (Clarke, 2008). Do dan Do (2020) meneliti

pengaruh kenyamanan terhadap minat menggunakan e-wallet. Hasil dari penelitian tersebut kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Penelitian yang dilakukan oleh Kim, Mirusmonov, dan Lee (2010) menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan. Adi, et. al (2019) meneliti pengaruh kenyamanan terhadap minat menggunakan pada pengguna m-banking. Penelitian tersebut melibatkan 60 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kenyamanan terhadap minat dalam menggunakan. Yolanda dan Widijoko (2014) juga meneliti pengaruh kenyamanan terhadap minat dalam menggunakan e-commerce. Penelitian tersebut melibatkan 193 responden. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-commerce.

Jika pengguna e-wallet merasa nyaman dalam menggunakannya serta merasa mudah mengoperasikan dan mudah mempelajari maka akan menimbulkan persepsi manfaat akan e-wallet pada pengguna sehingga menimbulkan minat pengguna untuk menggunakan dompet elektronik.

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas, maka dapat disusun hipotesis berupa:

H1: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan.

H2: Kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian

kuantitatif kasual untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kenyamanan dan persepsi kemudahan terhadap minat untuk menggunakan. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) penelitian kasual adalah penelitian yang meneliti hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian kasual menjelaskan pengaruh perubahan variasi lain dalam suatu variabel terhadap perubahan variasi nilai variabel lain.

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z pengguna e-wallet di Surakarta. Generasi z dipilih karena pola hidup cashless yang berarti setiap transaksi dilakukan secara non tunai atau digital. Selain itu, generasi z cenderung lebih mahir dalam menggunakan teknologi. Kota Surakarta dipilih karena terdapat beberapa institusi pendidikan yang berdiri di sana baik negeri maupun swasta. Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling karena peneliti sudah menentukan kriteria yang ditentukan seperti generasi Z pengguna e-wallet area Surakarta. Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner kepada 225 responden dengan ketentuan membagikan kuesioner menggunakan google form dan dikirimkan ke grup-grup online seperti pada whatsapp, facebook, dan grup lainnya; responden diminta mengisi kuesioner pada google form tersebut, Kuesioner yang telah diisi oleh responden selanjutnya akan dikumpulkan dan diolah. Kuesioner yang akan diberikan/dibagikan terdiri dari identitas responden, dan faktor-faktor kenyamanan, persepsi kemudahan dan minat dalam menggunakan. Pengukuran untuk variabel minat dalam menggunakan mengadopsi dari penelitian

yang dilakukan oleh Xu dan Schrier (2019). Variabel kemudahan penggunaan diukur berdasarkan Kim, Mirusmonov, dan Lee (2010). Sedangkan Liébana-Cabanillas et al (2020) mengukur variabel kenyamanan. Skala pengukuran yang digunakan untuk semua variabel adalah skala likert dengan rentang 1-5 (Sangat tidak setuju – Sangat Setuju). Analisis data statistik yang digunakan oleh peneliti saat ini adalah uji validitas dengan metode CFA untuk melihat detail konstruk dimana item dianggap valid jika nilai outer loading bernilai di atas 0,5 dan mengelompok sesuai variabel yang diolah. Uji reliabilitas dengan membandingkan nilai Cronbach's Alpha dimana variabel dianggap reliabel jika nilai Cronbach's alpha suatu variabel di atas 0,7. Uji F sebagai uji model diukur menggunakan nilai signifikansi dimana jika nilai sig kurang dari 0,05 maka model penelitian dianggap diterima dan variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji koefisien determinasi untuk mengukur prosentase pengaruh variabel independent terhadap dependen. Selain itu, uji t untuk melihat pengaruh variabel independent terhadap dependen secara parsial dimana jika nilai signifikansi pada pengaruh variabel independent terhadap dependen bernilai kurang dari 0,05 maka dianggap terdapat pengaruh independent terhadap variabel dependen..

III. Hasil dan Pembahasan Temuan Penelitian

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, diperoleh data tentang karakteristik

responden berdasarkan jenis kelamin pada table 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Profil Demografi Responden

Profil Demografi	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	76	33,8%
Perempuan	149	66,2%
Rentang Usia		
20-21 tahun	93	41,3%
22-23 tahun	94	41,8%
24 tahun	38	16,9%
Pendapatan Per Bulan		
<1.000.000	105	46,7%
1.000.000-2.000.000	75	33,3%
>2.000.000	45	20%
Intensitas Penggunaan E-Wallet		
1-3 kali	121	53,8%
4-5 kali	51	22,7%
>5 kali	53	23,6%
Brand E-Wallet		
ShopeePay	120	53,3%
GoPay	32	14,2%
OVO	18	8%
DANA	40	17,8%
LinkAja	15	6,7%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan dalam tabel 1 karakteristik jenis kelamin dari responden, dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Dari seebanyak responden yang dijadikan sampel penelitian, terdapat 76 (33,8%) responden laki-laki dan terdapat 149 (66,2) responden perempuan. Responden memiliki rentang usia 20-21 tahun, lalu sebanyak 94 responden memiliki rentang usia 22-23 tahun, dan sebanyak 38 responden memiliki rentang usia 24 tahun. Sebanyak 105 responden (46,7%) mempunyai pendapatan per bulan sebesar <1.000.000, lalu sebanyak 75 (33,3%) responden mempunyai pendapatan per bulan sebesar 1.000.000-2.000.000, dan sebanyak 45 (20%) responden mempunyai pendapatan per bulan sebesar >2.000.000. Sebanyak 121 responden (53,8%) menggunakan e-wallet 1-3 kali dalam satu bulan, lalu

sebanyak 51 responden (22,7%) menggunakan e-wallet 4-5 kali dalam satu bulan, dan sebanyak 53 responden (23,6%) menggunakan e-wallet >5 kali dalam satu bulan. Sebanyak 120 responden (53,3%) menggunakan ShopeePay, lalu sebanyak 32 responden (14,2%) menggunakan GoPay, lalu sebanyak 18 responden (8%) menggunakan OVO, lalu sebanyak 40 responden (17,8%) menggunakan DANA, dan sebanyak 15 responden (6,7%) menggunakan LinkAja.

Untuk mengukur tingkat kevalidan dan reliabel item kuesioner, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Tabel 2 menunjukkan hasil dari uji validitas.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas (CFA)

Item	X1	X2	Y
X1.1K	0,851		
X1.2K	0,851		
X1.3K	0,837		
X1.4K	0,804		
X1.5K	0,732		
X2.1P		0,755	
X2.2P		0,852	
X2.3P		0,644	
X2.4P		0,860	
X2.5P		0,598	
Y1K			0,855
Y2K			0,904
Y3K			0,879
Y4K			0,893

Keterangan: X1=Kenyamanan, X2=Persepsi Kemudahan, Y= Minat dalam menggunakan

Berdasarkan hasil statistik yang disajikan di atas, maka dapat kita ketahui bahwa outer loading dari tiap variabel adalah lebih dari 0,5 dan mengelompok pada tiap variabel yang terdefinisi sehingga indikator dinyatakan valid.

Tabel 3 menunjukkan hasil dari uji reliabilitas.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
X1K	0.874
X2P	0.797
YK	0.906

Keterangan: X1=Kenyamanan, X2=Persepsi Kemudahan, Y= Minat dalam menggunakan

Nunnally (1978) menyatakan bahwa indicator item kuesioner akan dapat dikatakan konsisten jika nilai cronbach's alpha seluruh variabel di atas > 0,6. Hasil dari data yang diolah menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai cronbach's alpha di atas 0,6 yang berarti bahwa seluruh variabel bersifat reliable.

Tabel 4 menunjukkan hasil dari analisis regresi. Nilai sig pada uji F adalah 0,000 (Sig < 0,05) yang berarti bahwa model penelitian diterima dan variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Analisis Uji Regresi

Variabel	Koefisien	Nilai t	Signifikansi
Persepsi	0.343	2.340	0.000
Kemudahan			
Kenyamanan	0.131	5.268	0.020
F Sig	0.000		
Adj R Square	0.597		

Nilai Adj R Square adalah 0.597 yang berarti bahwa variabel persepsi kemudahan dan kenyamanan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan adalah sebesar 59,7%.

Hasil statistik menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh persepsi

kemudahan terhadap Minat dalam menggunakan sebesar 0,000 atau sig < 0,05 yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan pengaruh persepsi kemudahan terhadap Minat dalam menggunakan sehingga hipotesis 1 diterima.

Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi nilai persepsi kemudahan maka semakin tinggi nilai minat dalam menggunakan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu et al (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan. Kemudahan adalah salah satu faktor yang menjadi pertimbangan sebelum menggunakan suatu teknologi. E-wallet yang mudah digunakan dan mudah dipelajari dapat menimbulkan persepsi kemudahan pada e-wallet. Semakin tinggi nilai persepsi kemudahan akan e-wallet maka semakin tinggi nilai pula ketertarikan untuk menggunakan e-wallet.

Selain itu, nilai signifikansi pengaruh kenyamanan terhadap Minat dalam menggunakan sebesar 0,020 atau sig < 0,05 yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan Kenyamanan terhadap Minat dalam menggunakan sehingga hipotesis 2 diterima.

Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi nilai kenyamanan maka semakin tinggi nilai minat dalam menggunakan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arabella Yolanda (2013) yang menyatakan bahwa kenyamanan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan. Kenyamanan merupakan salah satu faktor penting dalam penggunaan suatu sistem atau teknologi. Sistem e-wallet

dapat digunakan di mana saja, kapan saja, serta dalam situasi apapun sehingga menimbulkan rasa nyaman pada diri pengguna. Semakin tinggi nilai kenyamanan yang dirasakan maka semakin tinggi nilai pula ketertarikan untuk menggunakan e-wallet.

IV. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa persepsi kemudahan dan kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam menggunakan sehingga hipotesis pertama dan kedua terdukung. Keterbatasan masalah dalam penelitian ini adalah bahwa penelitian dilakukan pada generasi Z sehingga akan memberikan hasil yang berbeda jika dilakukan pada generasi yang lainnya. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka penulis memberi saran bahwa untuk peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel independent dan mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel mediasi atau moderasi. Saran untuk perusahaan startup adalah selalu meningkatkan manfaat yang dirasakan pengguna melalui kenyamanan dan kemudahan sehingga masyarakat akan selalu berminat untuk menggunakan e-wallet sebagai alat pembayaran transaksi.

Daftar Pustaka

- Adi, P., Fadli, M. S., Familia, Z., & Nadhira A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*. Vol. 2, No.1
- Clarke III, I. (2008). Emerging value propositions for m-commerce. *Journal of Business Strategies*, 25(2), 41-57..
- Davis, F. (1986) *Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*, unpublished doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology.
- DO, N. B., & DO, H. N. T. (2020). An investigation of generation Z's intention to use electronic wallet in Vietnam. *Journal of Distribution Science*, 18(10), 89-99.
- Hsu, C. L., Lin, J. C. C., & Chiang, H. S. (2013). The effects of blogger recommendations on customers' online shopping intentions. *Internet Research*.
- Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-commerce: The analysis of perceived usefulness perceived ease of use, and perceived trust: Case study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta-Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(11), 995-1007.
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in human behavior*, 26(3), 310-322.
- Liébana-Cabanillas, F., García-Maroto, I., Muñoz-Leiva, F., & Ramos-de-Luna, I. (2020). Mobile payment adoption in the age of digital transformation: The case of Apple Pay. *Sustainability*, 12(13), 5443.
- Lim, W. M. (2018). Dialectic antidotes to critics of the technology acceptance model: Conceptual, methodological, and replication treatments for behavioural modelling in technology-mediated environments. *Australasian Journal of Information Systems*, 22.
- Liu, Y., Wang, M., Huang, D., Huang, Q., Yang, H., & Li, Z. (2019). The impact of mobility, risk, and cost on the users' intention to adopt mobile payments.

- Information Systems and e-Business Management, 17(2), 319-342.
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., Novalia, B. G., & Rafsanjani, H. (2018). Peran fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia (pendekatan keuangan syariah). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1).
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 5, No. 2
- Seetharaman, A., Kumar, K. N., Palaniappan, S., & Weber, G. (2017). Factors influencing behavioural intention to use the mobile wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 7(2), 116-136.
- Sun, Y., & Havidz, S. A. H. (2019, August). Factors impacting the intention to use m-payment. In 2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech) (Vol. 1, pp. 290-294). IEEE.
- Triani, M. R., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh trust, perceived risk, perceived usefulness, dan perceived ease of use terhadap intention to use pada aplikasi mobile tiket. *com. eProceedings of Management*, 6(2).
- Wijoyo, H., & Widiyanti, W. (2020, November). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Era Pandemi COVID-19. In Seminar Nasional Kahuripan (pp. 10-13).
- Yolanda, A., & Widijoko, G. (2014). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, dan norma subjektif terhadap minat menggunakan electronic commerce (e-commerce). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*, 4-8.