



The Influence of Perceived Ease of Use on the Decision to Use E-Wallets (A Study on E-Wallet Users in the Arjawinangun Subdistrict)

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Studi Pada Pengguna *E-Wallet* Di Kecamatan Arjawinangun)

Faizzatul Millah¹, Dini Selasi², H.Cory Vidiati³

Email:

faizzatulmillah45@gmail.com¹, diniselasi1980@gmail.com², vidiatic@gmail.com³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon^{1,2,3}

ABSTRACT

"This study aims to determine the influence of perceived ease of use on the intention to use e-wallets. This is a quantitative research with primary data obtained from respondents. The sample consists of 33 adolescents in the Arjawinangun subdistrict. The sampling technique employed is non-probability sampling with purposive sampling method. Data analysis is conducted using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 25. The research findings indicate that there is no significant influence between perceived benefits and the intention to use e-wallets."

Keywords: Easiness, Use Interest, E-Wallet

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data primer yang didapat dari responden. Sampel adalah remaja di kecamatan Arjawinangun sejumlah 33 responden. Teknik pengambilan sampel adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Kata Kunci : Kemudahan, Minat Penggunaan, *E-Wallet*

PENDAHULUAN

Menurut (Maharama & Kholis, 2018) , internet telah menjadi alat penting untuk setiap orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi, dan membayar. Ini adalah ciri khas era globalisasi, di mana teknologi, ilmu pengetahuan, dan informasi berkembang dengan cepat. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 menunjukkan bahwa jumlah pemakai internet di Indonesia terus meningkat. Jika pada tahun 2017 jumlah pemakai internet sebesar 143,26 juta jiwa (54,68%) dari 262 juta jiwa, pada tahun 2018 jumlah pemakai internet meningkat menjadi 171,17 juta jiwa (64,8%) dari 264,16 juta jiwa.

Bank Indonesia dan Otoritas (OJK) memperhatikan pertumbuhan *FinTech* yang pesat karena tuntutan manusia akan kehidupan modern dan praktis. Pengguna dapat dengan



mudah melakukan transaksi keuangan dengan sistem transaksi online daripada sistem manual.

Oleh karena itu, Bank Indonesia sangat memperhatikan pengembangan pembayaran non tunai karena penggunaan pembayaran non tunai diharapkan akan mengurangi jumlah uang tunai yang digunakan dan meningkatkan efisiensi perekonomian masyarakat. Meskipun ada alternatif teknologi yang dapat digunakan untuk menggantikan uang tunai, penggunaan instrumen pembayaran non tunai mungkin masih menghadapi tantangan psikologis, keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan masyarakat terhadap uang kas.

Selain itu, diharapkan kehadiran *FinTech* di Indonesia akan membuat transaksi keuangan lebih praktis, mudah, dan aman. Proses-proses ini termasuk pembayaran, peminjaman uang, perencanaan keuangan, transfer, penelitian keuangan, dan jual beli saham. *E-wallet FinTech* adalah salah satu industri fintech terbesar di Indonesia.

Adanya *e-wallet* yang mudah digunakan mengubah sistem pembayaran baik di toko online maupun toko konvensional. Ini didukung oleh keputusan Bank Indonesia pada tahun 2019 untuk menerapkan program Digitalisasi pada Sistem Pembayaran. Kebijakan pemerintah mempercepat penggunaan sistem pembayaran digital seperti pembayaran pajak. Pembayaran digital dengan kode QR lebih cepat.

Bank membuat *e-wallet*, aplikasi atau fitur yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi atau pembayaran non tunai. Adanya *e-wallet* akan mengurangi jumlah uang tunai dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengubah pembayaran tunai menjadi uang non tunai. Ada banyak jenis *e-wallet*, seperti Ovo, Go-Pay, Dana, dan LinkAja, yang dapat diunduh secara gratis di Google Play Store dan App Store. Mereka menawarkan layanan transaksi online yang memungkinkan pengguna menggunakannya tanpa membawa banyak uang tunai atau dompet yang tebal. Dengan demikian, melakukan transaksi jual beli menjadi lebih aman. Pengguna hanya perlu menunjukkan aplikasi *e-wallet*, di mana ada saldo dan poin yang diberikan (Utami, 2019).

Ada 38 *e-wallet* yang memiliki izin resmi, menurut data dari Bank Indonesia (BI). Transaksi *e-wallet* di Indonesia mencapai 1,5 miliar USD, atau Rp 21 triliun (1 USD = 14.222), dan kemungkinan akan terus meningkat menjadi Rp 355 triliun pada tahun 2023. Pemain lokal seperti Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Jenius masih menjadi aplikasi *e-wallet* dengan pengguna bulanan terbanyak.

Persepsi kemudahan adalah tingkat di mana seseorang dapat memahami penggunaan teknologi (Hoetama, 2020). Kemudahan menggunakan *e-wallet* menunjukkan prioritas perusahaan karena memberikan minat pengguna dalam memenuhi kebutuhannya. *E-wallet* menjadi mudah, bermanfaat, dan dapat dipercaya keamanannya jika mahasiswa menggunakannya secara teratur. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Haidari & Tileng (Haidari & Tileng, 2018), variabel kepercayaan dan persepsi risiko berdampak positif secara parsial terhadap intensitas pengguna Go-pay. Sebaliknya, variabel Persepsi Risiko tidak berdampak positif secara parsial terhadap intensitas pengguna Go-pay.

Konsumen akan melewati beberapa langkah sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau aplikasi. Selanjutnya, mereka akan mengevaluasi dan mencari tahu apakah produk tersebut memenuhi kebutuhan mereka. Pada titik ini, konsumen akan membuat preferensi mereka untuk produk tersebut dan akhirnya memutuskan untuk menggunakannya (Kotler & Keller, 2009). Peter dan Olson (Peter & Olson, 2013) menjelaskan keputusan penggunaan sebagai proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan informasi dan memilih satu dari dua alternatif.

Namun, (Andianto, 2022) menyatakan bahwa keputusan penggunaan jasa adalah proses pengintegrasian di mana perspektif pengetahuan digabungkan untuk menilai dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu di antaranya. Oleh karena itu, keputusan penggunaan adalah cara pelanggan memutuskan antara berbagai pilihan yang tersedia. Ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang memilih untuk menggunakan *e-wallet* Dana daripada *e-wallet* lain yang beredar karena fitur yang ditawarkan oleh Dana.



KAJIAN LITERATUR

Menurut Technology Acceptance Model (TAM), kinerja seseorang meningkat sebagai hasil dari kemudahan penggunaan produk atau layanan yang mereka terima. Sangat mudah untuk menggunakan sistem yang mudah digunakan. Ketika *e-wallet* menjadi lebih mudah, keinginan untuk menggunakannya meningkat.

Hasil penelitian (Ramadhan, 2016) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berdampak positif dan signifikan pada penggunaan sistem pembayaran elektronik.

Menurut (Peter & Olson, 2013) keputusan penggunaan adalah proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan dan memilih satu dari dua alternatif. Proses integrasi menghasilkan pilihan kognitif yang menunjukkan intensitas perilaku. Rencana untuk melakukan satu atau lebih perilaku dikenal sebagai intensi perilaku sendiri. Indikator keputusan penggunaan menurut Kotler (2001 : 226) yaitu :

- a) Kemantapan pada sebuah produk
- b) Kebiasaan dalam menggunakan produk atau jasa
- c) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- d) Melakukan penggunaan ulang
- b. Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoprasiaannya.

Indikator kemudahan menurut Davis (1989) yaitu:

- a) Mempermudah transaksi pembayaran
- b) Mempercepat transaksi pembayaran
- c) Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi
- d) Meningkatkan efisiensi dalam melakukan

Dalam penelitian Risma Weli Aprilia (Aprilia, 2023) dengan judul penelitian “Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pengguna *E-Wallet* DANA Di Kabupaten Kebumen” ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, fitur layanan dan promosi terhadap keputusan penggunaan. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang memiliki aplikasi *e-wallet* Dana dan pernah menggunakan atau bertransaksi melalui aplikasi *e-wallet* Dana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas dan reliabilitas semua variabel dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji t kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan fitur layanan dan promosi masing masing memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan.

Pada penelitian I Gusti Putu Geria Warsita Widya Darma dan Sunitha Devi (Manfaat & Kemudahan, 2022) dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* di Masa New Normal (Studi Pada Penggunaan *E-Wallet* di Kota Denpasar)”, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), dan norma subjektif (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* (Y) di masa new normal. Hal ini dapat dipersepsikan secara logis, bila manfaat dan kemudahan yang dirasakan masyarakat kota Denpasar dalam menggunakan *e-wallet* semakin tinggi serta adanya dukungan lingkungan sosial, sahabat ataupun kerabat dalam menggunakan *e-wallet* maka masyarakat kota Denpasar akan semakin berminat untuk menggunakan *e-wallet*. Variabel persepsi manfaat menjadi variabel paling dominan. Hal ini mungkin terjadi dikarenakan masyarakat merasa *e-wallet* sangat membantu aktivitas masyarakat khususnya dalam bertransaksi baik secara online maupun di toko-toko konvensional terutama di masa pandemi yang mengharuskan masyarakat untuk bertransaksi secara digital dan mengurangi kontak fisik dengan orang lain.

Dalam penelitian Yuliani Dwi Rahmawati dan Rahmi Yuliana (Terhadap & Penggunaan, 2020) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa

aktif 2016 – 2019 yang berada di STIE Bank BPD Jawa Tengah yang menggunakan aplikasi *e-wallet* sebagai alat transaksi yang berjumlah 824 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah snowball sampling dan diperoleh sampel sebanyak 90 orang. Metode pengumpulan data dengan kuesioner yang disebar secara online. Alat analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa. Variabel persepsi keamanan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa. Keamanan memang merupakan yang paling penting dalam keputusan penggunaan *e-wallet* karna seseorang itu merasa aman dan terlindungi.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah variabel kemudahan sebagai variabel bebas dan keputusan penggunaan sebagai variabel terikat. Sedangkan subyek penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Arjawinangun yang memiliki aplikasi *e-wallet* dan pernah menggunakan atau bertransaksi melalui aplikasi *e-wallet*.

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kecamatan Arjawinangun yang berusia 17-25 tahun. Sedangkan sampel pada penelitian ini yaitu masyarakat di Kecamatan Arjawinangun yang berusia 17-24 tahun, memiliki aplikasi *e-wallet* dan pernah menggunakan atau bertransaksi melalui aplikasi *e-wallet* yang diambil dengan teknik purposive sampling.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X (Persepsi Kemudahan)

Item	Sig.	rTabel	Kesimpulan
1	0.422	0.355	Valid
2	0.581	0.355	Valid
3	0.521	0.355	Valid
4	0.469	0.355	Valid
5	0.389	0.355	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Penggunaan)

Item	Sig.	rTabel	Kesimpulan
1	0.755	0.355	Valid
2	0.939	0.355	Valid
3	0.780	0.355	Valid
4	0.815	0.355	Valid
5	0.785	0.355	Valid

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 33 maka nilai *r* tabel dapat diperoleh melalui table *r* product moment pearson dengan *df* (degree of freedom) = *n* -2, jadi *df* = 33-2 =31 maka *r* tabel = 0,355. Semua indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini memberikan *r*- hitung lebih besar dari *r*-tabel sehingga dapat disimpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas data. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut-off	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X)	0.814	0.355	Reliabilitas
Minat Penggunaan (Y)	0.799	0.355	Reliabilitas

Berdasarkan tabel di atas semua variabel memberikan Nilai Cronbach's Alpha > 0.355 yang menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini Reliabel sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51980142
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.117
Test Statistic		.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tabel output SPSS tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0.05. maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dapat disimpulkan data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Regresi Sederhana

Tabel 5. Uji Regresi Sederhana

		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.542	2.680		.202
	Persepsi Kemudahan	.904	.149	.738	6.080

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Nilai konstanta dari tabel diatas menunjukan nilai 0,542, Nilai Koefisien regresi sebesar 0.904. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa nilai sig yang didapat sebesar 0.000 <

0.05 bahwa H0 diterima dan Ha ditolak, yang berarti bahwa tidak adanya pengaruh Persepsi Pemudahan (X) terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Y).

R Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.544	.529	1.54412
a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan				
b. Dependent Variable: Minat Penggunaan				

Dari output diatas nilai R Square sebesar 0.544 berarti nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh Persepsi kemudahan terhadap Minat Penggunaan E-Wallet adalah sebesar 54,4%, sedangkan 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa data yang telah diuraikan diperoleh kesimpulan bahwa tidak terdapat keeratan hubungan yang signifikan antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan e-wallet dibuktikan dari nilai signifikasni sebesar 0.000 (p<0,05) bahwa varibel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

DAFTAR PUSATAKA

Andianto, A. S. P. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Reputasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret di Kedung Pandan Jabon Sidoarjo*.(The Effect of Price Perception, Promotion, Reputation on Indomaret Consumer Purchase Decisions in Kedung Pandan, Jabon, Sidoarjo). Universitas 17 Agustus 1945 surabaya.

Aprilia, R. W. (2023). *Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen*. Universitas Putra Bangsa.

Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi*, 4(1), 10–15.

Hoetama, H. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik Gopay*. Universitas Matana.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.

Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian jasa gojek di Kota Semarang yang dimediasi minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 203–213.

Manfaat, P. P., & Kemudahan, P. (2022). *NORMA SUBJEKTIF TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET (STUDI PADA PENGGUNA E-WALLET DI KOTA DENPASAR)*. 13, 1422–1433.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Ramadhan, A. F. (2016). Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan e-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2).

Utami, M. C. (2019). Implementasi Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dalam Pemilihan E-Wallet Untuk Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 21(3), 259–265.