

"Mengapa Pengguna Memilih Dompot Digital GoPay? Studi Tentang Pengaruh Persepsi Terhadap Kemudahan, Keamanan, Dan Manfaatnya"

Ivan Christian Santoso¹⁾, Agung Stefanus Kembau^{2)*} dan Julius Sutrisno³⁾

¹²³⁾Program Studi Bisnis Digital, Universitas Bunda Mulia

Diajukan 16 Juli 2024/ Disetujui 30 Juli 2024

Abstrak

Perkembangan internet yang pesat telah mempermudah berbagai aktivitas, termasuk transaksi non-tunai melalui dompet digital. Dompot digital, seperti GoPay, berperan penting dalam mendukung transaksi ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat terhadap minat penggunaan dompet digital GoPay. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner online (Google Forms) dan dianalisis menggunakan software SmartPLS 4. Populasi penelitian adalah masyarakat Jakarta yang menggunakan GoPay, dengan sampel sebanyak 94 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan GoPay. Kesimpulannya, pengembangan sistem pembayaran dompet digital di Indonesia perlu ditingkatkan untuk mendorong adopsi yang lebih luas. Penyedia layanan disarankan untuk terus meningkatkan sistem mereka guna mempermudah penggunaan, memperkuat keamanan, dan memberikan manfaat nyata bagi pengguna. Studi ini belum mengkaji faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, regulasi pemerintah, atau tren sosial yang dapat mempengaruhi adopsi dompet digital. Penelitian masa depan disarankan untuk menggunakan pendekatan holistik dengan metode campuran kualitatif dan kuantitatif serta studi longitudinal untuk melacak perubahan perilaku pengguna dari waktu ke waktu.

Kata Kunci:

Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, Minat Penggunaan, TAM, Dompot Digital, GoPay

Abstract

The rapid development of the internet has facilitated various human activities, including non-cash transactions through digital wallets. Digital wallets, such as GoPay, play a crucial role in supporting these transactions. This study aims to examine the influence of perceived ease of use, perceived security, and perceived benefits on the intention to use the GoPay digital wallet. The research employs a quantitative method with data collected through an online questionnaire (Google Forms) and analyzed using SmartPLS 4 software. The population of this study consists of Jakarta residents who use GoPay, with a sample of 94 respondents selected through purposive sampling. The results show that perceived ease of use, perceived security, and perceived benefits each have a positive and significant impact on the intention to use GoPay. The conclusion emphasizes the need for continuous development of digital payment systems in Indonesia to encourage broader adoption. Service providers are advised to continuously improve their systems to facilitate use, enhance security, and provide clear benefits to users. This study has not deeply explored external factors such as economic conditions, government regulations, or social trends that may affect the adoption of digital wallets. Future research should adopt a holistic approach, possibly with a mixed-methods approach combining qualitative and quantitative methods, as well as longitudinal studies to track changes in user behavior over time.

Keywords:

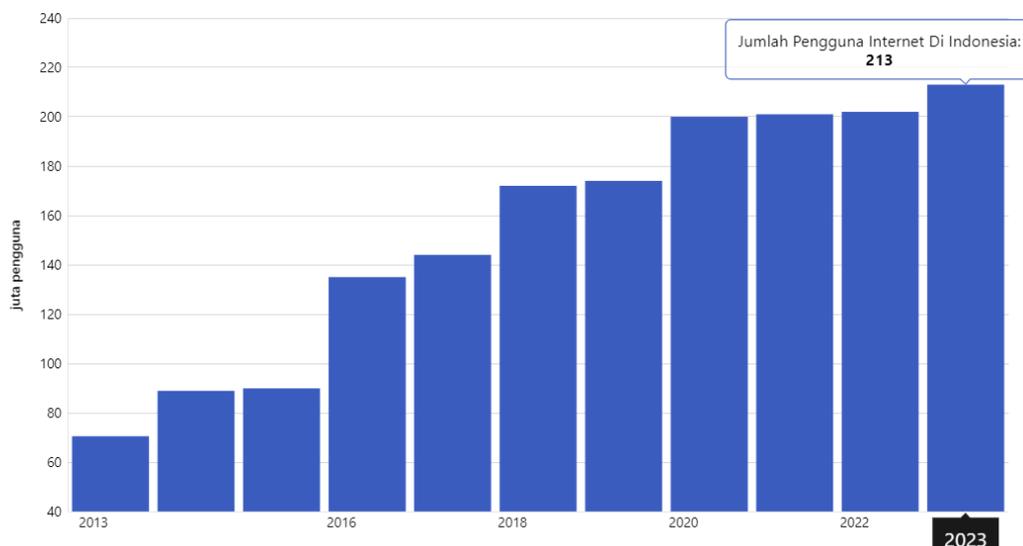
Perceived Ease of Use, Perceived of Security, Perceived of usefulness, Interest in Use, TAM, E-Wallet, GoPay

*Korespondensi Penulis:

E-mail: akembau@bundamulia.ac.id

Pendahuluan

Pengguna internet di Indonesia per Januari 2023 telah menyentuh angka 213 juta orang, data ini dilaporkan oleh *We Are Social*. Keseluruhan dari penduduk Indonesia adalah 276,4 juta orang dalam kurun waktu hingga awal tahun ini, dan sebanyak 77% yang setara dengan 213 juta penduduk Indonesia telah menggunakan internet (Mutia, 2023). Adanya internet merupakan salah satu dampak dari kemajuan teknologi. Kehadiran internet membuat semua orang akan lebih dimudahkan dalam melakukan kegiatannya sehari – hari, contohnya adalah bertransaksi dengan menggunakan dompet digital.



Gambar 1 Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: (Mutia, 2023)

Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 mengeluarkan tentang penyelenggaraan *Financial Technology* memaparkan bahwa *Financial Technology* adalah pemanfaatan teknologi dalam bidang keuangan yang dapat menciptakan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru sekaligus berpengaruh pada stabilitas moneter dan stabilitas sistem. Perkembangan layanan keuangan berbasis teknologi atau *financial technology* di Indonesia berkembang begitu cepat, baik secara keseluruhan, daerah ataupun nasional. Hal tersebut bisa diketahui melalui banyaknya perusahaan yang menghadirkan beragam jenis layanan keuangan berbasis teknologi serta dapat digunakan oleh masyarakat (Yuniarti, 2019). Dompet digital merupakan sebuah aplikasi yang harus terhubung dengan internet dimana hal tersebut bertujuan untuk menyimpan uang elektronik dan bertransaksi. Sistem penggunaan dompet digital sendiri sangat simpel, hanya melalui ponsel pintar yang tentu selalu dibawa oleh setiap orang, sehingga tidak memerlukan media kartu lagi. Bahkan saat ini, dari banyaknya jenis transaksi kini semuanya bisa menggunakan dompet digital (Widiyanti, 2020).

Terdapat permasalahan yang harus diwaspadai oleh konsumen dan mitra pengemudi, Gojek memberikan arahan untuk menyikapi secara bijak terkait penipuan dan peretasan yang menggunakan nama pengemudi ojek online yang terjadi baru-baru ini. Salah satu modus penipuan yang baru saja terjadi adalah ada oknum yang menggunakan nama pengemudi Gojek

dan mengaku jika saldo GoPay mereka ada kendala saat konsumen memesan makanan melalui layanan Gofood. Tahap selanjutnya adalah konsumen diminta memberika OTP (One Time Password) oleh oknum penipu, kemudian menuntun para korban untuk memberikan sejumlah uang melalui akun pribadi dengan tujuan agar bisa membayar pesanan gofood. Oknum pelaku dapat berkomunikasi dengan korban melalui cara meretas akun mitra pengemudi Gojek. Gojek memberikan statement bahwa mereka mengadakan forum komunikasi dengan para mitra pengemudi, yang digelar secara rutin dan diikuti oleh komunitas pengemudi di seluruh Indonesia.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang paling banyak diterapkan untuk meneliti sifat dan perilaku seseorang dalam menerima dan merasakan manfaat suatu teknologi informasi (Wahyudi & Yanthi, 2021). TAM dikemukakan oleh F. D. Davis (1989). Tujuan dari dikembangkan teori TAM adalah memberikan landasan untuk memantau pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, dan niat internal. Dalam teori TAM terdapat dua skala pengukuran persepsi yaitu persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*). Minat penggunaan bisa dilihat dengan menilai perilaku seseorang dalam menggunakan suatu sistem dan sikap seseorang dalam merasakan manfaat (*Perceived Usefulness*) suatu sistem tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan suatu dompet digital. Faktor pertama yaitu persepsi kemudahan. Dalam teori TAM, persepsi kemudahan mengacu pada kepercayaan individu bahwa dalam memanfaatkan suatu sistem teknologi dapat dengan mudah dipahami dan tidak perlu mengeluarkan banyak usaha serta tenaga. Pengertian tersebut berasal dari arti kemudahan yang dapat diartikan sebagai terhindar dari kesulitan atau usaha yang berlebihan. Menurut Susanti & Putra (2023) mengatakan bahwa persepsi kemudahan adalah suatu variabel yang dimana individu akan merasa semakin nyaman dan memperoleh kemudahan dalam menggunakan sebuah sistem. Suatu aplikasi yang mudah digunakan akan meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut serta kenyamanan pengguna meningkat. Penggunaan dompet digital diciptakan dengan tujuan agar dapat mempermudah para individu dalam bertransaksi. Sehubungan dengan itu diharapkan masyarakat tidak harus lagi membawa uang tunai yang banyak saat transaksi. Hal ini juga bertujuan untuk mencegah kejahatan seperti pencurian dan lain-lain. Pada penelitian Pratiwi et al. (2020), dan Mui Hung Kee et al. (2022) memaparkan bahwa persepsi kemudahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.

Faktor kedua adalah persepsi keamanan. Persepsi keamanan dapat diartikan sebagai persepsi dimana pengguna yakin bahwa rahasia informasi data pribadi pengguna akan terjamin aman dan tidak tersebar luas (Rahmawati & Yuliana, 2020). Aplikasi dompet digital telah menyimpan informasi data pribadi pengguna, sehingga dibutuhkan keamanan untuk menjaga agar informasi data pribadi tersebut tidak tersebar. Konsumen yakin bahwa informasi pribadi mereka tidak akan disalahgunakan oleh pihak penyedia layanan, hal tersebut merupakan jaminan keamanan yang menjadi hak konsumen mulai dari proses transaksi digital. Apabila suatu sistem dompet digital memberikan jaminan keamanan untuk para pengguna, maka pengguna tersebut akan berminat untuk menggunakan dompet digital karena merasa bahwa keamanan data dapat tersimpan dengan baik. Oleh karena itu kepercayaan harus diberikan oleh perusahaan untuk membangun keyakinan pengguna terhadap penggunaan transaksi digital, terutama terhadap keamanan sistem tersebut (Wong & Mo, 2019). Pada penelitian (Robaniyah

& Kurnianingsih, 2021) dan (Umaningsih & Wardani, 2020) memaparkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.

Faktor ketiga adalah persepsi manfaat. Menurut Hikmah & Nurlinda, (2023) mendefinisikan bahwa persepsi manfaat sebagai alat untuk melihat sebuah peluang, apakah dengan menggunakan suatu aplikasi tertentu bisa memiliki benefit untuk mempermudah konsumen dalam mengerjakan sesuatu. Dalam teori TAM persepsi manfaat sebagai sejauh mana seseorang akan yakin bahwa penggunaan suatu sistem akan menambah kinerja suatu perusahaan. Menurut William & Tjokrosaputro (2021) persepsi manfaat memiliki dua kategori. Kategori pertama yaitu dampak positif yang diterima dengan memperhatikan faktor – faktor yang membuat suatu hal lebih mudah untuk dilakukan, berguna, menambah efektivitas bekerja, dan meningkatkan kinerja. Kategori yang kedua yaitu dampak positif yang diterima berdasarkan indikator kemanfaatan dan efektivitas. Indikator kemanfaatan seperti dimensi pekerjaan yang semakin mudah, berguna dan meningkatkan produktivitas. Efektivitas seperti dimensi peningkatan efektivitas dan peningkatan kinerja. Hasil penelitian Faizun Ulurrosyad & Yudo Jayanto (2020) dan Krisnawati et al., (2021) memaparkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.

Tingkat adopsi dompet digital di Indonesia yang terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi dan penetrasi internet, namun tetap menghadapi berbagai tantangan. Meskipun dompet digital menawarkan kemudahan dan manfaat signifikan bagi penggunaannya, terdapat masalah-masalah seperti penipuan dan peretasan yang mempengaruhi keamanan pengguna. Konsumen perlu mewaspadaai modus penipuan yang semakin canggih, termasuk pencurian data melalui OTP. Selain itu, kepercayaan pengguna terhadap keamanan informasi pribadi dalam transaksi digital menjadi faktor penting yang mempengaruhi minat penggunaan dompet digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan dompet digital di Indonesia dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM), khususnya melihat bagaimana persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi manfaat berkontribusi terhadap keputusan konsumen dalam mengadopsi teknologi keuangan ini.

Metode Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Jenis metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022, p. 8) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasar pada filsafat positivisme, yang meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dengan menganalisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, bertujuan untuk mengetes hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari berbagai pertanyaan untuk mengumpulkan data. Kuesioner dibuat melalui *Google Form*. Kuesioner yang dibuat berisi pertanyaan untuk para responden untuk memperoleh data – data yang diperlukan untuk memenuhi tujuan dari penelitian. Pada setiap pertanyaan, digunakan penilaian dengan skala likert dengan mengambil empat poin yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Hal ini membantu untuk menghindari respon “netral” dan mendorong responden untuk memilih respon yang lebih jelas.

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat jakarta khususnya masyarakat yang menggunakan GoPay untuk bertransaksi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan

sampel *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2022, p. 91) ukuran sampel yang layak untuk penelitian yaitu bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Sehingga dalam penelitian ini terdapat 4 variabel (3 independen + 1 dependen), maka minimal jumlah anggota sampel $10 \times 4 = 40$. Penelitian ini memperoleh 94 responden dimana sudah melewati batas kriterial minimum dalam perhitungan sample. Dalam tujuan pengukuran tersusun matriks operasional variable yang digunakan dalam mengukur penelitian ini, sebagai berikut:

Table 1. Matriks Operasional Variable Penelitian

Variable Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Persepsi Kemudahan	Persepsi individu bahwa menggunakan dompet digital tidak memerlukan usaha yang berlebihan dan mudah dipahami	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemudahan dalam memahami cara penggunaan ▪ Kemudahan dalam mengoperasikan. ▪ Tidak memerlukan usaha yang besar ▪ Waktu yang efisien 	Likert 1-5
Persepsi Keamanan	Persepsi individu bahwa informasi pribadi dan data transaksi terlindungi dengan baik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jaminan perlindungan data pribadi. ▪ Keamanan dalam proses transaksi. ▪ Kepercayaan terhadap penyedia layanan. ▪ Perlindungan dari penyalahgunaan 	Likert 1-5
Persepsi Manfaat	Persepsi individu bahwa menggunakan dompet digital akan meningkatkan efektivitas dan produktivitas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatkan produktivitas. ▪ Mempermudah transaksi. ▪ Menghemat waktu. ▪ Memberikan keuntungan tambahan 	
Minat Penggunaan	Keinginan individu untuk terus menggunakan dompet digital	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keinginan untuk terus menggunakan. ▪ Kesiediaan merekomendasikan kepada orang lain. ▪ Tingkat kepuasan penggunaan. ▪ Ketertarikan pada fitur baru 	Likert 1-5

Adapun analisis data menggunakan SPSS meliputi Uji Validitas untuk mengevaluasi ketepatan setiap item dalam kuisisioner terhadap variabel yang diukur, serta Uji Reliabilitas untuk memastikan konsistensi alat ukur. Uji Hipotesis dilakukan dengan Analisis Koefisien Determinasi (R-squared), Uji F, dan Uji T untuk menilai hubungan antara persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat dengan minat penggunaan dompet digital di Indonesia secara statistik.

Hipotesis Penelitian

Pada penelitian kali ini pengujian hipotesis dilakukan secara dua arah (*two-tailed*) dengan tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95%, sehingga batas ketidakakuratan sebesar 5%. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *path coefficient*, di mana mempunyai skala memiliki skala -1 sampai 1. Jika nilai *path coefficient* positif, maka arah hubungan tersebut positif. Begitu juga sebaliknya jika nilai *path coefficient* negatif, maka arah hubungan tersebut negatif. Dalam pengujian ini juga terdapat nilai p (probabilitas) yang menentukan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. $p \text{ value} \geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan apabila nilai dari $p \text{ value} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Hipotesis 1

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan dompet digital (GoPay)

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan dompet digital (GoPay)

Hipotesis 2

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi keamanan terhadap minat penggunaan dompet digital (GoPay)

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi keamanan terhadap minat penggunaan dompet digital (GoPay)

Hipotesis 3

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan dompet digital (GoPay)

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan dompet digital (GoPay)

Hasil Dan Pembahasan

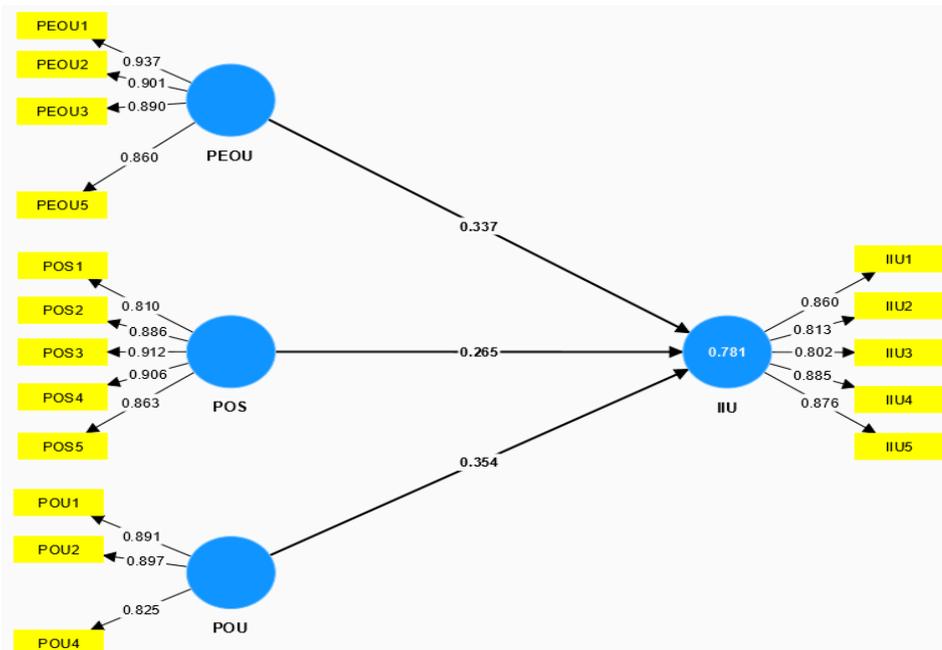
Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner sebanyak 94 responden yang dilakukan secara online menggunakan *g-form*. Dari 94 responden tersebut semuanya dinyatakan valid. Usia responden paling banyak berusia 20-30 tahun yang berjumlah 87 responden (92,6%). Selanjutnya pada jenis kelamin terdapat 47 responden (50%) yang berjenis kelamin wanita dan 47 responden (50%) yang berjenis kelamin pria. Selanjutnya, domisili responden paling banyak berada di Jakarta Utara yang berjumlah 44 responden (46,8%). Selanjutnya, pekerjaan responden paling banyak berada pada mahasiswa yang berjumlah 79 responden (84%). Selanjutnya, lama pengguna menggunakan GoPay selama 1-5 tahun dengan jumlah 76 responden (80,9%).

Analisis Data dan Interpretasi

Hasil Uji Outer Model Sesudah Penghapusan Indikator

Tahapan pengukuran *outer model* dilakukan untuk mengukur variabel teramati atau manifest dalam merepresentasikan variabel laten untuk pengukuran.



Gambar 2 Outer Loading

Berikut adalah model sesudah dilakukan penghapusan 2 indikator (PEOU4 dan POU3), kemudian terdapat 17 sisa indikator, yang terdiri dari 4 indikator untuk variabel persepsi kemudahan (PEOU), 5 indikator untuk variabel persepsi keamanan (POS), 3 indikator untuk variabel manfaat (POU), dan 5 indikator untuk variabel minat penggunaan (IIU). Setelah penghapusan ini, analisis dilakukan kembali untuk memastikan bahwa model tetap valid dan reliabel. Penghapusan indikator ini didasarkan pada hasil uji validitas dan reliabilitas yang menunjukkan bahwa kedua indikator tersebut tidak memenuhi kriteria yang ditetapkan. Dengan 17 indikator yang tersisa, model ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih akurat dan representatif dalam mengukur pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat terhadap minat penggunaan GoPay.

Hasil Uji *Outerloadings* Sesudah Penghapusan Indikator

Pengujian *outer loading* dilakukan untuk menilai setiap indikator reflektif, di mana jika nilai *outer loading* > 0.7 , maka indikator tersebut memenuhi kriteria valid. AVE dilakukan untuk menilai setiap variabel laten, di mana jika nilai AVE > 0.5 , maka variabel tersebut dinyatakan valid secara *convergent* (Ghozali & Kusumadewi, 2023:98). Berikut merupakan hasil uji *outerloadings* sesudah penghapusan indikator:

Tabel 1 Hasil Nilai Loading Factor Sesudah Penghapusan Indikator

Variabel	Indikator	Nilai	Hasil Pengujian
Persepsi Kemudahan	PEOU1	0.937	Valid
	PEOU2	0.901	
	PEOU3	0.890	
	PEOU5	0.860	

	PEOU2	0.901	Valid
	PEOU3	0.890	Valid
	PEOU5	0.860	Valid
Persepsi Keamanan	POS1	0.810	Valid
	POS2	0.886	Valid
	POS3	0.912	Valid
	POS4	0.906	Valid
	POS5	0.863	Valid
Persepsi Manfaat	POU1	0.891	Valid
	POU2	0.897	Valid
	POU4	0.825	Valid
Minat Penggunaan	IU1	0.860	Valid
	IU2	0.813	Valid
	IU3	0.802	Valid
	IU4	0.885	Valid
	IU5	0.876	Valid

Dapat disimpulkan bahwa dari tabel 1 semua nilai loading factor > 0.70, seperti yang ditunjukkan oleh hasil loading factor pada Tabel 2. Sehingga, dengan itu hasil yang didapatkan bisa disimpulkan bahwa semua indikator yang terdiri dari variabel persepsi kemudahan, persepsi keamanan, persepsi manfaat dan minat penggunaan telah memenuhi kriteria uji validitas konvergen dan hasilnya dinyatakan valid secara konvergen.

Hasil Average Variance Extracted (AVE) Sesudah Penghapusan Indikator

Berikut merupakan hasil Average Variance Extracted (AVE) sesudah penghapusan indikator:

Tabel 2 Nilai AVE Sesudah Penghapusan Indikator

	Average Variance Extracted (AVE)	Hasil Pengujian
Persepsi Kemudahan	0.734	Valid
Persepsi Keamanan	0.767	Valid
Persepsi Manfaat	0.730	Valid
Minat Penggunaan	0.719	Valid

Sesudah dilakukan penghapusan indikator, nilai AVE dari variabel persepsi kemudahan (PEOU), persepsi keamanan (POS), persepsi manfaat (POU), dan minat penggunaan (IU) dinyatakan valid secara *convergent* karena nilai AVE dari setiap variabel lebih > dari 0,5, sehingga tidak dilakukan penghapusan indikator, bahkan terdapat 2 variabel yang mengalami peningkatan nilai AVE sesudah dilakukan penghapusan indikator.

Hasil Uji *CrossLoadings* Sesudah Penghapusan Indikator

Pada SmartPLS, pendekatan dominan untuk mengevaluasi validitas diskriminan yaitu berdasarkan pengujian *cross loading* dan *fornell-larcker criterion* (Ghozali, 2018). Berikut merupakan hasil uji *CrossLoadings* sesudah penghapusan indikator:

Tabel 3 Nilai Cross loadings Sesudah Penghapusan Indikator

	PEOU	POS	POU	IIU	Hasil Pengujian
PEOU1	0.937	0.661	0.766	0.760	VALID
PEOU2	0.901	0.625	0.762	0.700	VALID
PEOU3	0.890	0.671	0.799	0.789	VALID
PEOU5	0.860	0.640	0.762	0.741	VALID
POS1	0.501	0.810	0.482	0.546	VALID
POS2	0.618	0.886	0.591	0.655	VALID
POS3	0.745	0.912	0.705	0.799	VALID
POS4	0.698	0.906	0.729	0.716	VALID
POS5	0.568	0.863	0.632	0.593	VALID
POU1	0.754	0.610	0.891	0.757	VALID
POU2	0.765	0.564	0.897	0.716	VALID
POU4	0.733	0.722	0.825	0.714	VALID
IIU1	0.723	0.585	0.692	0.860	VALID
IIU2	0.612	0.631	0.674	0.813	VALID
IIU3	0.723	0.725	0.669	0.802	VALID
IIU4	0.766	0.660	0.760	0.885	VALID
IIU5	0.706	0.644	0.748	0.876	VALID

Berdasarkan tabel 3, hasil analisa nilai dari *cross loading* menunjukkan bahwa indikator yang diuji valid secara diskriminan, dimana indikator tersebut secara efektif membedakan antara konstruk yang berbeda dalam penelitian ini.

Hasil Fornell-Larcker

Berikut merupakan hasil Fornell-Larcker:

Tabel 4 Hasil Fornell-Larcker Sesudah Penghapusan Indikator

	IIU	PEOU	POS	POU	Hasil Pengujian
IIU	0.848				Valid
PEOU	0.835	0.897			Valid
POS	0.766	0.725	0.876		Valid
POU	0.837	0.862	0.725	0.872	Valid

Sesudah dilakukan seleksi, nilai korelasi dari setiap variabel lebih tinggi dari nilai korelasi dengan variabel lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai dari Fornell-Larcker sudah valid secara discriminant, menunjukkan bahwa setiap variabel dalam model memiliki korelasi yang lebih kuat dengan indikator-indikator dalam variabel yang sama daripada dengan indikator-indikator dalam variabel lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa model yang dihasilkan mampu membedakan dengan baik antara variabel-variabel yang diukur, memperkuat keandalan hasil analisis yang dilakukan.

Hasil Uji Realibilitas

Menurut Ghazali (2018), uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan menggunakan suatu alat untuk mengetahui keakuratan suatu kuesioner yang berupa indikator dari suatu variabel. Uji reliabilitas pada SmartPLS dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR) dari setiap variabel. Jika nilai CA dan CR > 0,7, maka

variabel tersebut dianggap konsisten dan reliabel. Berikut merupakan hasil uji realibilitas sesudah penghapusan indikator:

Tabel 5 Hasil Uji reliabilitas Sesudah Penghapusan Indikator

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Hasil Pengujian
Persepsi Kemudahan	0.919	0.920	0.943	Reliabel
Persepsi Keamanan	0.924	0.938	0.943	Reliabel
Persepsi Manfaat	0.841	0.842	0.905	Reliabel
Minat Penggunaan	0.902	0.904	0.927	Reliabel

Berdasarkan nilai *composite reability* yang tertera pada Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki *composite reability* lebih > dari 0,70 dan nilai Cronbach's Alpha lebih > dari 0,70. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa semua variabel tersebut reliabel dan menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi

Hasil Uji Inner Model

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R-Sqaure*)

Menurut Chin (1998), nilai *r-square* sebesar 0.67 termasuk dalam kriteria kuat, 0.33 termasuk dalam kriteria moderat dan 0.19 termasuk dalam kriteria lemah. Berikut merupakan hasil uji *R-Square*:

Tabel 6 Hasil Uji R Square

	R Square	R Square Adjusted	Keterangan
IIU	0.781	0.774	Kuat

Variabel minat penggunaan menunjukkan nilai *R-square* sebesar 0.774, seperti yang tertera pada Tabel 6. Berdasarkan temuan ini, hasil yang dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan, dari persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi manfaat secara substansial mempengaruhi minat penggunaan sebesar 77.4%.

Hasil Uji Path Coefficients

Menurut Ghozali (2018), *path coefficients* digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antar variabel. *Path coefficients* dapat mengarah ke hubungan positif (+) atau negatif (-). Jika koefisien positif, maka terdapat hubungan yang sejalan antar variabel, di mana ketika satu variabel meningkat, yang lainnya akan meningkat. Sedangkan, jika koefisien negatif, maka terdapat hubungan yang bertolak belakang antar variabel, di mana ketika nilai satu variabel meningkat, nilai variabel lainnya cenderung menurun dan sebaliknya. Berikut merupakan hasil uji *path coefficients*:

Tabel 7 Hasil Path Coefficients

	<i>Path Sample</i>	<i>Coefficient/Original</i>	Pengaruh
PEOU→IIU	0.337		Positif
POS→IIU	0.265		Positif
POU→IIU	0.354		Positif

Nilai *path coefficients* memperlihatkan bahwa terdapat 3 hubungan variabel yang memiliki pengaruh positif. Hubungan variabel yang memiliki pengaruh positif antara lain: persepsi kemudahan (PEOU) terhadap minat penggunaan (IIU), persepsi keamanan terhadap minat penggunaan (IIU), dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan (IIU).

Hasil Uji T-Statistik

Jika nilai t-statistik > 1.96 maka hipotesis yang diuji dikatakan signifikan, sedangkan jika nilai t-statistik < dari 1.96 maka dianggap hipotesis yang diuji dikatakan tidak signifikan. Semakin besar nilai t-statistik, artinya semakin besar pula perbedaan antara hasil penelitian dengan kondisi umumnya. Sebaliknya, semakin kecil nilai t-statistik, artinya ada kemiripan antara hasil penelitian dengan kondisi umumnya. Berikut merupakan hasil uji T-Statistik:

Tabel 8 Hasil Uji T-Statistik

	Original Sampel	Sample Mean	Standar Deviation	T- Statistic	P Values
PEOU→IIU	0.337	0.341	0.158	2.135	0.033
POS→IIU	0.265	0.271	0.075	3.552	0.000
POU→IIU	0.354	0.345	0.162	2.190	0.029

Berdasarkan tabel 8 dari hasil uji t-statistik terdapat 3 hubungan yang memiliki nilai signifikan, dimana variabel persepsi kemudahan (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (IIU) jika dilihat dari nilai p value sebesar 0.033 dan nilai t-statistik sebesar 2.135. Selanjutnya terdapat variabel persepsi keamanan (POS) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (IIU) jika dilihat dari nilai p value sebesar 0.000 dan nilai t-statistik sebesar 3.552. Selanjutnya terdapat variabel persepsi manfaat (POU) yang berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (IIU) jika dilihat dari nilai p value sebesar 0.029 dan nilai t-statistik sebesar 2.190. Dari ketiga variabel dapat dikatakan semuanya signifikan karena nilai dari t-statistik ketiga variabel tersebut lebih > dari 1.96.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (GoPay). Karena hasil pengujian hipotesis memiliki nilai path coefficients 0.337, t-statistik bernilai 2.135 dan p values bernilai 0.033 sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Dalam teori TAM, pandangan atau keyakinan pengguna tentang seberapa mudahnya dalam menggunakan suatu sistem atau layanan, karena jika pengguna merasakan kemudahan bertransaksi menggunakan GoPay, dapat meningkatkan

minat seseorang dalam menggunakan GoPay. Selain itu, persepsi kemudahan juga dapat memberikan rasa nyaman, kepercayaan diri, dan keyakinan kepada pengguna GoPay sehingga pengguna GoPay dapat dengan mudah menguasai dan mengelola aplikasi GoPay. Kemudahan juga dapat menjadi faktor kunci yang memengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan GoPay sehingga penyedia GoPay dapat memperhatikan pentingnya memperbaiki aspek-aspek kemudahan pengguna dalam mengembangkan aplikasi GoPay, dengan harapan bahwa hal ini akan meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan GoPay. Hal tersebut didukung oleh Nizar & Yusuf (2022) dan Agustino et al. (2021) bahwa persepsi kemudahan memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan.

Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (GoPay). Karena hasil pengujian hipotesis memiliki nilai path coefficients 0.265, t-statistik bernilai 3.552 dan p values bernilai 0.000 sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Jika pengguna merasa GoPay aman untuk digunakan, maka pengguna akan tertarik untuk melakukan transaksi keuangan di aplikasi GoPay. Karena persepsi keamanan memberikan rasa kepercayaan dan perlindungan kepada pengguna bahwa data keuangan pengguna akan aman dan dilindungi dengan baik saat digunakan dalam dompet digital. Penyedia GoPay juga perlu memperhatikan pentingnya menjaga dan meningkatkan tingkat keamanan serta kepercayaan pengguna terhadap aplikasi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengimplementasikan teknologi keamanan terkini dan menyediakan transparansi tentang praktik keamanan yang penyedia terapkan. Hal tersebut didukung oleh Aditya & Mahyuni (2022) dan Suhendry (2021) bahwa persepsi kemudahan memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan.

Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (GoPay). Karena hasil pengujian hipotesis memiliki nilai path coefficients 0.354, t-statistik bernilai 2.190 dan p values bernilai 0.029 sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini juga bisa dilihat dari teori TAM dimana pandangan atau keyakinan pengguna tentang manfaat atau keuntungan yang bisa mereka dapatkan jika menggunakan suatu produk, layanan, ataupun sistem. Karena jika pengguna dapat merasakan dan mendapatkan manfaat atau benefit dalam bertransaksi pada saat menggunakan GoPay, maka akan menambah minat seseorang dalam menggunakan GoPay. Selain itu, jika pengguna dapat merasakan kemudahan akses ke dana yang disimpan, kemudahan dalam melakukan transaksi, kecepatan dalam proses pembayaran, serta bonus atau insentif yang ditawarkan menarik, maka hal tersebut akan meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan GoPay. Hal tersebut didukung oleh Aditya & Mahyuni (2022) dan Suhendry (2021) bahwa persepsi kemudahan memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan.

Sementara persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital GoPay, penting untuk dicatat bahwa hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi keuangan di Indonesia. Dengan mengakui bahwa persepsi kemudahan mendorong pengguna untuk merasa nyaman dan percaya diri dalam menggunakan GoPay, serta persepsi keamanan yang membangun kepercayaan terhadap keamanan data pribadi, dan persepsi manfaat yang menawarkan nilai tambah dalam pengalaman bertransaksi, penyedia layanan dapat mengambil langkah-langkah strategis dalam meningkatkan kualitas layanan mereka. Langkah-langkah ini termasuk pengembangan teknologi keamanan yang lebih canggih, peningkatan transparansi informasi kepada pengguna tentang praktik keamanan, serta peningkatan fitur yang mengoptimalkan pengalaman pengguna dalam mengelola dan

mengakses dana mereka melalui GoPay. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi teori TAM, tetapi juga memberikan landasan bagi penyedia layanan untuk terus meningkatkan dan mengadaptasi inovasi teknologi demi memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengguna di pasar yang semakin digital ini.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (GoPay). Variabel persepsi kemudahan ditemukan melalui analisis hasil uji t-statistik yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan. Hal ini menandakan bahwa persepsi kemudahan individu dalam bertransaksi melalui dompet digital GoPay cukup kuat untuk mempengaruhi minat penggunaan mereka. Pengguna akan percaya bahwa ketika mereka menggunakan GoPay untuk bertransaksi, akan terasa lebih mudah. Variabel persepsi keamanan ditemukan melalui analisis hasil uji t-statistik yang menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan. Pengguna merasakan keamanan yang didapat ketika menggunakan GoPay pada saat bertransaksi sehingga meyakinkan pengguna terhadap keamanan GoPay. Pengguna percaya dengan adanya mekanisme keamanan yang didapatkan pada saat proses transaksi digital, akan menarik perhatian pengguna untuk menggunakan GoPay. Variabel persepsi manfaat ditemukan melalui analisis hasil uji t-statistik yang menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan. Pengguna bisa merasakan manfaat yang didapat ketika menggunakan GoPay pada saat bertransaksi, sehingga dapat meyakinkan pengguna terhadap manfaat yang ada ketika menggunakan GoPay. Dengan adanya manfaat yang bisa didapatkan dalam proses transaksi digital, akan lebih menarik perhatian pengguna untuk menggunakan GoPay.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang mengungkapkan pengaruh positif dan signifikan dari persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat terhadap minat penggunaan GoPay, sejumlah langkah konkret dapat diambil dalam konteks manajerial. Dalam upaya meningkatkan pengalaman pengguna, perusahaan akan fokus pada pengembangan aplikasi GoPay yang lebih intuitif dan ramah pengguna. Langkah ini melibatkan penyediaan layanan pelanggan yang responsif dan mudah diakses, serta memastikan bahwa setiap transaksi menggunakan GoPay berlangsung dengan mulus dan transparan. Investasi dalam teknologi keamanan yang canggih menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap GoPay. Perusahaan akan terus mengembangkan mekanisme keamanan tambahan, seperti otentikasi dua faktor, dan melakukan audit secara berkala untuk memastikan bahwa data pribadi pengguna selalu terlindungi. Pemanfaatan data akan menjadi strategi untuk personalisasi layanan, dimana analisis data akan digunakan untuk memahami lebih dalam preferensi pengguna. Dengan informasi ini, perusahaan dapat menyesuaikan penawaran promosi dan insentif yang lebih sesuai dengan kebutuhan individu, meningkatkan keterlibatan pengguna, dan mempertahankan loyalitas mereka. Kolaborasi dengan mitra strategis seperti pedagang dan penyedia layanan akan diperluas untuk memperluas jaringan penerimaan GoPay. Hal ini akan mencakup

integrasi GoPay dengan platform e-commerce dan aplikasi lainnya, sehingga meningkatkan aksesibilitas dan nilai penggunaan bagi konsumen. Terakhir, kampanye edukasi yang intensif akan dijalankan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang manfaat menggunakan GoPay serta praktik keamanan digital yang aman. Pelatihan rutin juga akan diselenggarakan untuk mengajarkan pengguna tentang cara optimal memanfaatkan fitur-fitur GoPay, mengurangi risiko penipuan, dan meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Dengan menerapkan langkah-langkah ini secara efektif, perusahaan tidak hanya akan memperkuat posisi GoPay sebagai salah satu pemimpin pasar dompet digital, tetapi juga akan membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan bisnis berkelanjutan dalam era digital yang terus berkembang pesat.

Batasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini meliputi metode survei sebagai pendekatan utama, yang meskipun efektif dalam mengumpulkan data persepsi, dapat membatasi pemahaman mendalam tentang konteks dan dinamika penggunaan GoPay di lapangan. Selain itu, studi ini belum mengeksplorasi secara mendalam faktor eksternal seperti faktor ekonomi, regulasi pemerintah, atau tren sosial yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi dompet digital. Untuk penelitian masa depan, disarankan untuk mengadopsi pendekatan yang lebih holistik, mungkin dengan pendekatan campuran kualitatif dan kuantitatif, serta melibatkan studi longitudinal untuk melacak perubahan perilaku pengguna dari waktu ke waktu. Hal ini juga dapat melibatkan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh faktor eksternal yang lebih luas terhadap penerimaan dan penggunaan dompet digital di Indonesia, serta potensi pengembangan model prediktif untuk memahami tren masa depan dalam industri *fintech*.

Daftar Pustaka

- Agustino, L., Ujianto, & Yousida, I. (2021). *Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin*. <https://doi.org/10.35972/Kindai.V17i3.631>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly*. <http://dx.doi.org/10.2307/249008>
- Faizun Ulurrosyad, M., & Yudo Jayanto, P. (2020). Faktor-Faktor Dalam Menggunakan E-Money (GoPay) Pada Masyarakat Muslim Di Kota Semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/moneter>
- Ghozali, H. I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 4.0 Untuk Penelitian Empiris* (1st Ed).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (9th Ed.).
- Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital Dana Ra Nurlinda. *Journal Of Management And Creative Business (Jmcbus)*, 1(4), 181–202. <https://doi.org/10.30640/Jmcbus.V1i4.1433>
- Krisnawati, M., Wienadi, J., & Wiradinata, T. (2021). The Effect Of Consumer Trust And Perceived Risk On E-Wallet Adoption: Consideration For. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 10(2), 111–118. <https://doi.org/10.37715/Jee.V10i2.2212>
- Mui Hung Kee, D., Huey Lai, K., Ching Lee, J., Jie Lee, K., Long Lee, J., Yosanti, I., & Nita Aryani, D. (2022). Do You Have A Digital Wallet? A Study Of E-Wallet During The Covid-19 Pandemic. *International Journal Of Accounting & Finance In Asia Pasific (Ijafap)*, 5(1), 24–38. <https://doi.org/10.32535/Ijafap.V5i1.141>
- Mutia, C. A. (2023, September 20). *Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Linkaja. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V7i2.569>
- Pratiwi, I. E., Affandy, F. F., & Rosalina, Y. (2020). Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology F Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 478. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V6i3.1198>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa

- Stie Bank Bpd Jateng. *Journal Of Economics And Banking* , 2.
<https://www.liputan6.com>
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Journal Image* /, 10(1), 53–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/Image.V10i1.32009>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (2nd Ed.). Alfabeta, Cv.
- Susanti, N. L. P. R., & Putra, M. P. D. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan, Dan Risiko Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(03), 407–420. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eeb/>
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jae: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi* . <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/14057>
- Wahyudi, B., & Yanthi, M. D. (2021). Penerimaan Teori Tam Terhadap Penggunaan Mobile Payment Dengan Kompatibilitas Sebagai Variabel Eksternal. *Akuntabilitas*, 15(1), 55–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.29259/Ja.V15i1.11850>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Ovo Di Depok. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/moneter54>
- William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). Persepsi Kegunaan Dan Promosi Untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet: Sikap Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 74. <https://doi.org/10.24912/Jmieb.V5i1.9997>
- Wong, W. H., & Mo, W. Y. (2019). A Study Of Consumer Intention Of Mobile Payment In Hong Kong, Based On Perceived Risk, Perceived Trust, Perceived Security And Technological Acceptance Model. *Journal Of Advanced Management Science*, 33–38. <https://doi.org/10.18178/Joams.7.2.33-38>
- Yuniarti, V. (2019). *Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology Peer To Peer Lending*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6228/5464>