



## Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang

Siti Rodiah<sup>1</sup>, Inaya Sari Melati<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.31331/jeeec.v1i2.1293>

### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*

Disubmit : 15 November 2020

Direvisi : November 2020

Disetujui : 19 Desember 2020

*Keywords:*

Interest in Using E-wallet, TAM

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang. Berdasarkan TAM (*Technology Acceptance Model*) persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, dan variabel lain yang dalam penelitian ini yaitu persepsi risiko dan kepercayaan merupakan konstruk yang mempengaruhi minat dalam penerimaan individu terhadap teknologi baru. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial pengguna *e-wallet* di Kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 160 orang. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *incidental sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

### Abstract

*This study aims to determine the effect of perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, and trust in the interest in using e-wallet in the millennial generation of Semarang City. Based on the TAM (Technology Acceptance Model) perceptions of ease of use, perceived usefulness, and other variables in this study namely risk perception and trust are constructing that influence interest in individual acceptance of new technologies. The population in this study is the millennial generation of e-wallet users in the city of Semarang. The sample in this study amounted to 160 people. The sampling technique was incidental sampling. This study uses a quantitative approach. Methods of data collection using questionnaires and interviews. The results showed that perceived ease of use had a positive effect on interest in using an e-wallet. Perceived usefulness has a positive effect on interest in using an e-wallet. Perceived risk negatively influences the interest in using an e-wallet. Trust has a positive effect on your interest in using an e-wallet. Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, and trust together have a significant effect on interest in using an e-wallet*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di era modern saat ini, menyebabkan penggunaan teknologi berkembang dengan pesat untuk memenuhi kebutuhan manusia di berbagai aspek kehidupan. Sebuah inovasi perkembangan teknologi di bidang keuangan adalah *Financial Technology* atau *fintech*. *Fintech* bukan merupakan layanan yang diberikan oleh perbankan melainkan model bisnis baru yang saat ini sangat membantu kebutuhan masyarakat. Jasa-jasa yang diberikan oleh perusahaan penyelenggara *fintech* membantu masyarakat dalam melaksanakan transaksi keuangan tanpa memiliki rekening seperti yang ada pada perbankan pada umumnya (Rahma, 2018). Perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran telah menggantikan peranan uang tunai yang dikenal masyarakat sebagai alat pembayaran. Gubernur Bank Indonesia Agus D.W. Martowardojo, pada Kamis, 14 Agustus 2014 di Jakarta secara resmi mencanangkan “Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)” dalam rangka mewujudkan sistem pembayaran yang efisien, aman, dan andal dengan tetap menjunjung tinggi aspek perlindungan konsumen, memperhatikan perluasan akses, dan kepentingan nasional, Bank Indonesia akan meningkatkan elektronifikasi transaksi pembayaran dan peningkatan infrastruktur sistem pembayaran

Saat ini masyarakat tanpa menyadari telah menggunakan *fintech*, salah satunya adalah penggunaan produk keuangan uang elektronik (Rahma, 2018). Perkembangan *fintech* yang semakin pesat selayaknya berbanding lurus dengan penggunaan uang elektronik yang ikut meningkat. Transaksi penggunaan uang elektronik menunjukkan fluktuatif sepanjang tahun 2019. Data jumlah transaksi uang elektronik tahun 2019 yang disajikan pada Tabel 1 sebagai berikut

**Tabel 1. Jumlah Transaksi Uang Elektronik Tahun 2019**

Bulan	Volume	Nominal
Januari	274,687,548	5,817,363
Februari	294,101,832	5,970,262
Maret	423,743,628	8,956,978
April	451,650,065	10,671,171
Mei	422,602,216	12,815,686
Juni	393,695,970	11,874,500
Juli	476,037,115	12,939,443
Agustus	492,317,016	12,878,103
September	490,218,726	13,820,413
Oktober	509,716,339	16,370,715
November	482.734.395	16.080.701

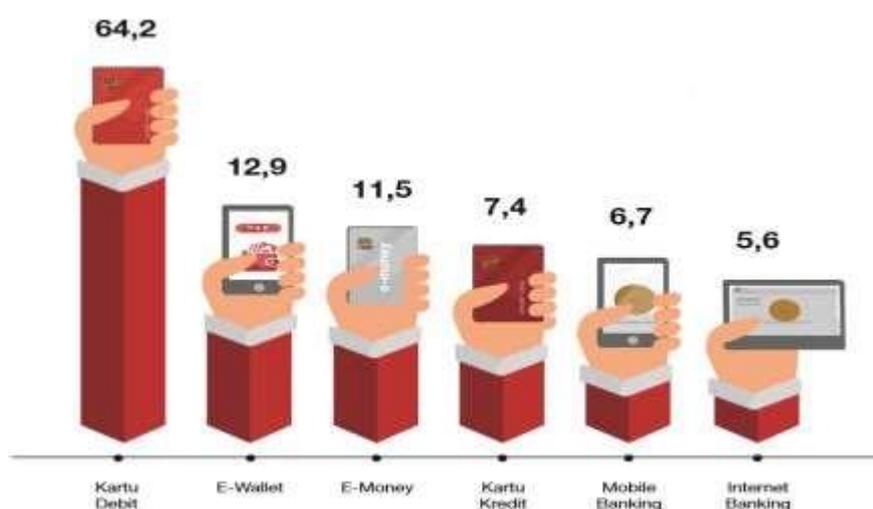
Sumber : bi.go.id diakses tanggal 23 Desember 2019 pukul 20.40 WIB

Seiring dengan dikenalnya uang elektronik yang berbasis *chip* secara luas di tengah-tengah masyarakat, maka banyak perusahaan *start up* membangun bisnis *fintech* sehingga tercipta yang disebut *e-wallet*. *E-wallet* sebenarnya juga termasuk dalam uang elektronik, perbedaannya pada media penyimpanan uang elektroniknya. *E-wallet* adalah suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik. Tidak membutuhkan media kartu, hanya menggunakan *smartphone* yang pasti dibawa oleh masyarakat saat ini maka *e-wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi (Widiyanti, 2020)

Peningkatan produk *e-wallet* merupakan dorongan dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dalam upaya meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia. Potensi perkembangan aplikasi *e-wallet* juga diprediksikan akan semakin gemilang mengingat bonus demografi Indonesia pada tahun 2030 di mana penduduk usia produktif akan lebih besar. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Jayani (2019) bahwa data statistika 2019 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari 2017 yang sebanyak 84 juta jiwa. Pada tahun selanjutnya

pengguna internet di Indonesia akan semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Pada 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Berdasarkan data tersebut, dijelaskan bahwa lebih dari setengah jumlah penduduk Indonesia sudah mengenal dan menggunakan internet (Wijaya C & Kempa, 2018). Hasil survei yang dilakukan APJII mengungkapkan bahwa pengguna internet didominasi rentang usia 20-39 tahun sepanjang 2018 yaitu sebesar 72,2%.

Generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan 2000. Pada tahun 2020 generasi milenial memiliki rentang usia 20-40 tahun. Terdapat perilaku milenial yang cukup menarik perhatian adalah pola hidup *cashless*. Berikut preferensi produk keuangan non tunai yang menjadi pilihan generasi milenial:



**Gambar 1. Kepemilikan Produk Keuangan Non Tunai**

Sumber : IDN Reseach Institute 2019

Jika dilihat dari kepemilikan produk keuangan non tunai, terlihat kecenderungan milenial yang justru jarang membawa uang dalam jumlah banyak. Milenial yang memiliki *e-wallet* jauh lebih sedikit yakni 12,9% dibandingkan dengan milenial yang memiliki kartu debit yang mencapai 64,2%. Milenial yang memiliki *e-money* juga hanya 11,5%. Artinya, terlihat bahwa generasi milenial belum menggunakan *e-wallet* sebagai produk keuangan utama dalam bertransaksi.

Tingkat penggunaan sistem informasi yang rendah disebabkan antara lain perilaku pengguna yang menolak sistem teknologi informasi sebagai salah satu solusi menyelesaikan masalah (Hendro, 2009). Model penerimaan teknologi yang dikembangkan Davis (1986) menjelaskan penerimaan individu terhadap sistem teknologi informasi. Dua konstruk utama dalam model ini adalah persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan (Jogiyanto, 2007). Selain dua konstruk tersebut, penelitian TAM dapat mengembangkan model dengan menambahkan persepsi risiko dan kepercayaan sebagai variabel eksternal.

Menurut Davis (1986) dalam Jogiyanto (2007), minat merupakan perilaku yang didefinisikan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Minat menggunakan *e-wallet* didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Berdasarkan penjelasan diatas maka secara sederhana minat menggunakan *e-wallet* merupakan suatu keinginan untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Indikator minat menggunakan sistem informasi yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang diungkapkan menurut Jogiyanto (2007) yaitu keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut di masa yang akan datang.

Menurut Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan di mana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan

sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisi tersebut, maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan (Jogiyanto, 2007). Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan pengguna mengenai kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan sistem informasi. Indikator yang digunakan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan dari Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007) yaitu mudah dipelajari, mudah dikontrol, jelas dan mudah dipahami, fleksibel, mudah menjadi terampil, dan mudah digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) dan Utami & Kusumawati (2017) bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Qulub (2019) bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan *e-money*. Penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *cashless* tidak terlepas dari berbagai kendala, baik dari sisi penggunaan dan risikonya. Pavlov (2003) menyatakan bahwa faktor lain yang turut berperan dalam pengadopsian suatu teknologi adalah risiko. Risiko yang dikhawatirkan konsumen menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang menggunakan *e-wallet*. Pencurian data pribadi menjadi suatu risiko dalam penggunaan *e-wallet*. Setyowati (2018) mengungkapkan bahwa model pembayaran dengan menggunakan *Quick Response Code* pada *e-wallet* (QR Code) ini menyimpan potensi masalah (*fraud*) dan telah menuai sorotan dari Bank Indonesia (BI). Hal tersebut dikarenakan kode QR yang bersifat statis atau bisa ditempel di manapun sehingga memungkinkan adanya pencurian data pengguna seperti *personal identification number* (PIN) hingga pencurian uang milik pengguna tersebut. Risiko lainnya terkait dengan tidak adanya autentifikasi lewat aplikasi sehingga pembeli dapat saja berpura-pura sudah membayar atau penjual yang mengaku sudah mengirim barangnya.

Menurut Sjöberg et al. (2004) dalam Andriyano (2014) persepsi risiko merupakan penaksiran subyektif mengenai probabilitas tipe yang menspesifikkan kecelakaan yang terjadi dan bagaimana kekhawatiran akan konsekuensi yang ditimbulkan. Persepsi risiko memiliki peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dari transaksi elektronik sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif pada minat konsumen dalam menggunakan produk teknologi informasi (Yogananda & Dirgantara, 2017). Menurut Pavlou (2003) mengungkapkan bahwa persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan

Berdasarkan penjelasan di atas maka secara sederhana persepsi risiko merupakan kepercayaan akan ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan oleh pengguna dalam bertransaksi menggunakan layanan. Indikator persepsi risiko yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang diungkapkan oleh Pavlou (2003) yaitu berupa adanya

risiko tertentu, mengalami kerugian, dan pemikiran bahwa berisiko. Wahyuni et al. (2019) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*, sedangkan Priambodo & Prabawani (2016) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif pada minat menggunakan *e-money*. Begitupun hasil penelitian yang dilakukan oleh Yogananda Dirgantara (2017) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif pada minat menggunakan uang elektronik.

Kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian secara otomatis mengandung risiko. Dalam kondisi yang berisiko diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan (Priyono 2017). Kepercayaan adalah faktor higienis. Kurangnya kepercayaan dianggap sebagai hambatan untuk mengadopsi *e-wallet* (Seetharaman, 2017). Kepercayaan mengacu pada keyakinan pelanggan bahwa janji-janji yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dapat dipercaya dan memberikan aksi yang saling menguntungkan mengacu kepada perusahaan (Fajarratri, 2010). Berdasarkan penjelasan di atas maka secara sederhana kepercayaan adalah keyakinan bahwa yang pihak yang dipercayai tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Indikator kepercayaan yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang diungkapkan menurut Mayer & Davis (1995) dalam Priyono (2017) yaitu kemampuan, kebaikan hati, dan integritas. Hasil penelitian oleh Pratama & Saputra (2019) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Sedangkan Priyono (2017) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh

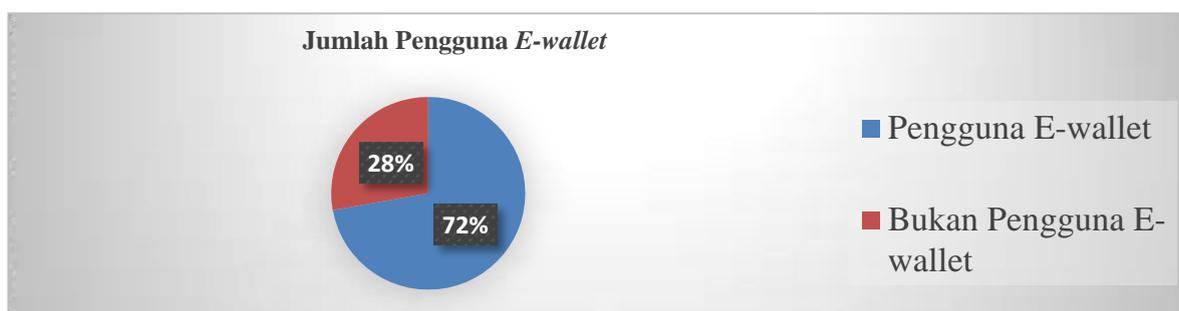
negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet* dalam hal ini Go-Pay. Menurut Chauhan (2015), kepercayaan dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku positif.

Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007) mendefinisikan persepsi kemanfaatan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Menurut Gefen et al. (2003) dalam Priyono (2017) mengungkapkan bahwa persepsi kemanfaatan menunjukkan penilaian subjektif dari manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi untuk mempermudah mendapatkan jasa yang diinginkannya. Berdasarkan penjelasan di atas maka secara sederhana persepsi kemanfaatan adalah keyakinan pengguna sistem informasi mengenai manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna. Indikator persepsi kemanfaatan yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang diungkapkan oleh Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007) yaitu mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja pekerjaan, meningkatkan produktivitas, meningkatkan produktivitas, efektivitas, mempermudah pekerjaan, dan bermanfaat.

Sistem pembayaran elektronik banyak diminati oleh generasi milenial karena memiliki banyak manfaat seperti pembayaran yang mudah karena hanya menggunakan telepon genggam dapat melakukan berbagai macam transaksi. Selain itu, pembayaran dapat dilakukan lebih cepat dan praktis. Penelitian sebelumnya oleh Wibowo & Rosmauli (2015) persepsi kemanfaatan berpengaruh positif pada minat menggunakan *e-money*. Pada penelitian tersebut ditemukan alasan masyarakat menggunakan *e-money* karena mereka masih mengutamakan kemanfaatan untuk membuat pekerjaan mereka menjadi mudah. Berbeda lagi temuan oleh Utami & Kusumawati (2017) bahwa persepsi kemanfaatan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*.

Observasi awal dilakukan pada 36 responden generasi milenial di Kota Semarang. Responden berumur 20-40 tahun yang terdiri dari mahasiswa dan karyawan. Mahasiswa dari kampus UNNES, UNIKA, dan UNDIP. Karyawan swasta dan beberapa pemilik bisnis UMKM di sekitar kawasan UNNES.

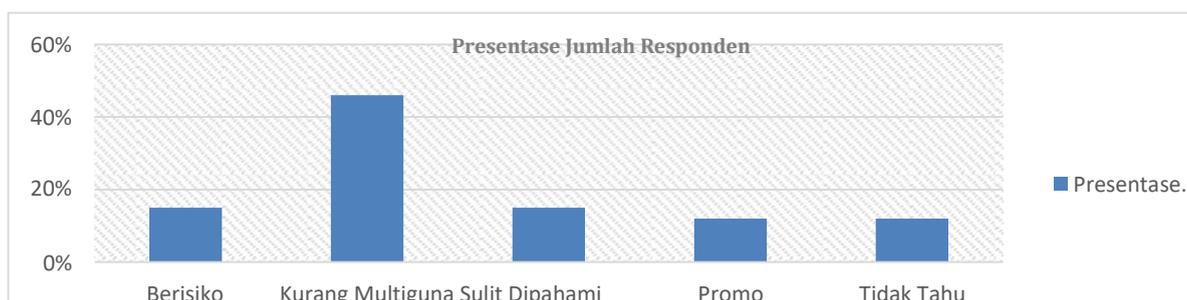
Berikut gambar jumlah pengguna *e-wallet*:



**Gambar 2. Jumlah Pengguna E-wallet**

Sumber : Data diolah, 2020

Gambar di atas menunjukkan bahwa 26 responden atau sebesar 72% generasi milenial menggunakan *e-wallet* dan 10 responden atau sebesar 28% generasi milenial tidak menggunakan *e-wallet*. Namun, banyak generasi milenial yang menggunakan lebih dari satu *e-wallet*. Berikut alasan responden menggunakan lebih dari satu produk *e-wallet* :



**Gambar 3. Alasan Pengguna Memiliki Lebih dari Satu *E-wallet***

Sumber : Data diolah, 2020

Responden yang memilih alasan kurang multiguna sebesar 46%. Kurang multiguna yang dimaksud adalah pengguna tidak bisa melakukan berbagai macam transaksi dalam satu *e-wallet* sehingga memaksa mereka memiliki beberapa *e-wallet* dengan manfaat yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan yang bervariasi. Sulit dipahami memiliki persentase sebesar 15% yang berarti responden merasakan adanya kesulitan untuk memahami cara kerja *e-wallet*, memiliki risiko memiliki persentase sebesar 15% yang berarti bahwa responden memiliki kekhawatiran akan kerugian yang mungkin terjadi saat menggunakan *e-wallet*, promo yang kurang memiliki persentase sebesar 12% dan responden yang menjawab tidak tahu memiliki persentase 12%. Peneliti menarik simpulan bahwa *e-wallet* memiliki kekurangan yang menjadi penyebab responden memiliki berbagai jenis *e-wallet* untuk memudahkan transaksi sesuai kebutuhan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka ditetapkan identifikasi dan rumusan masalah penelitian yaitu salah satu bukti perkembangan teknologi yang pesat ialah berkembangnya teknologi keuangan berupa *e-wallet* sebagai alat pembayaran sehingga muncul berbagai kemudahan dan manfaat yang dirasakan dalam pemenuhan kebutuhan. Namun, berkembangnya *e-wallet* tidak terlepas dari berbagai kendala, baik dari sisi penggunaan ataupun risiko yang mungkin didapatkan, Kondisi *e-wallet* yang berisiko diperlukan adanya kepercayaan terhadap penyedia *e-wallet*. Oleh karena itu, perlu diidentifikasi **Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang.**

## METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian secara angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang ilmiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya dengan mengedarkan kuesioner dan wawancara. Adapun desain penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif karena pengujian variabel yang akan dilakukan menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel dengan angka dan analisis data yang dipakai menggunakan prosedur statistik dengan bantuan SPSS. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Populasi pada penelitian ini adalah generasi milenial Kota Semarang yang memiliki rentang umur 20 sampai 40 tahun pada tahun 2020 dan telah menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran non tunai. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada populasi ini adalah teknik *sampling incidental*. Menurut Sugiyono (2015) teknik *sampling incidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Adapun kriteria yang dapat dijadikan sampel yaitu:

1. Pernah atau sedang menggunakan *e-wallet*
2. Sedang tinggal Kota Semarang
3. Usia 20 atau 40 tahun

Penentuan jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair et al., (2010) bahwa jumlah sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan jumlah indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi  $n \times 5$  *observed variable* (indikator) sampai dengan  $n \times 10$  *observed variable* (indikator). Dalam penelitian ini jumlah item adalah 32 item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur 5 variabel, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 32 item pernyataan dikali 5 sama dengan 160 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif dan regresi berganda dari variabel bebas persepsi kemudahan penggunaan sebagai X1, persepsi kemanfaatan sebagai X2, persepsi risiko sebagai X3, dan kepercayaan sebagai X4 terhadap variabel terikat minat menggunakan *e-wallet* sebagai Y yang dirangkum dalam Tabel 2

**Tabel 2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

No	Kriteria	Persepsi Kemudahan Penggunaan		Persepsi Kemanfaatan		Persepsi Risiko		Kepercayaan		Minat Menggunakan <i>E-wallet</i>	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Sangat Tinggi	40	25	43	27	0	0	11	7	63	39
2	Tinggi	105	66	64	40	16	10	79	49	93	58
3	Cukup	13	8	42	26	127	79	61	38	2	1
4	Rendah	2	1	10	6	17	11	9	6	2	1
5	Sangat Rendah	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
	Rata-rata	23,41		22,81		13,04		25,08		36,08	
	Kriteria	Tinggi		Tinggi		Cukup		Tinggi		Tinggi	

Sumber: Data penelitian diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa sebagian besar generasi milenial Kota Semarang yaitu sebanyak 93 dari 162 orang atau sebesar 59% dari jumlah sampel memiliki minat menggunakan *e-wallet* dengan kategori tinggi. Bahkan terdapat 63 orang atau 39% generasi milenial memiliki minat menggunakan *e-wallet* dengan kategori sangat tinggi. Selain itu terdapat 2 orang atau 1% generasi milenial memiliki minat menggunakan *e-wallet* dengan kategori cukup dan 2 orang atau 1% generasi milenial memiliki minat menggunakan *e-wallet* rendah.

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa sebagian besar generasi milenial Kota Semarang yaitu sebanyak 105 orang dari 160 generasi milenial atau sebesar 66% dari jumlah sampel memiliki persepsi kemudahan penggunaan dengan kategori tinggi. Bahkan terdapat 40 orang atau 53% generasi milenial mempertimbangkan persepsi kemudahan penggunaan dengan kategori sangat tinggi. Selain itu, terdapat 13 orang atau 8% generasi milenial mempertimbangkan kemudahan penggunaan kategori sangat rendah. Hasil tersebut menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan sangat mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*.

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa sebagian besar generasi milenial Kota Semarang

yaitu sebanyak 64 orang dari 160 generasi milenial atau sebesar 40% dari jumlah sampel memiliki persepsi kemanfaatan dengan kategori tinggi. Bahkan terdapat 43 orang atau 27% generasi milenial mempertimbangkan persepsi kemanfaatan dengan kategori sangat tinggi. Selain itu, terdapat 42 orang atau 26% generasi milenial mempertimbangkan persepsi kemanfaatan dengan kategori cukup. Terdapat 10 orang atau 6% generasi milenial mempertimbangkan persepsi kemanfaatan dengan kategori rendah dan 1 orang atau 1% generasi milenial mempertimbangkan persepsi kemanfaatan dengan kategori sangat rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan sangat mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*.

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa sebagian besar generasi milenial Kota Semarang yaitu sebanyak 127 orang dari 160 generasi milenial atau sebesar 79% dari jumlah sampel memiliki persepsi risiko dengan kategori cukup. Bahkan terdapat 16 orang atau 10% generasi milenial mempertimbangkan persepsi risiko dengan kategori tinggi. Selain itu, terdapat 17 orang atau 11% generasi milenial mempertimbangkan persepsi risiko dengan kategori rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi risiko cukup mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*.

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa sebagian besar generasi milenial Kota Semarang yaitu sebanyak 79 orang dari 160 generasi milenial atau sebesar 49% dari jumlah sampel memiliki kepercayaan dengan kategori tinggi. Bahkan terdapat 11 orang atau 7% generasi milenial mempertimbangkan kepercayaan dengan kategori sangat tinggi. Selain itu, terdapat 61 orang atau 38% generasi milenial mempertimbangkan kepercayaan dengan kategori cukup dan terdapat 9 orang atau 38% generasi milenial mempertimbangkan kepercayaan dengan kategori rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan sangat mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*.

**Tabel 3. Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji Normalitas	Asymp.Sig dari hasil uji normalitas KolmogorovSmirnov (K-S) dari 160 responden memiliki nilai residual $0,200 > 0,05$	Data berdistribusi normal
Uji Linearitas	Nilai signifikansi pada <i>linearity</i> untuk persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan sebesar $< 0,05$ dan <i>deviation from linearity</i> $> 0,05$	Terdapat hubungan linear
Uji Multikolinieritas	Nilai Tolerance $> 0,10$ ; $0,678; 0,714; 0,989; 0,824$ dan Nilai VIF $< 10$ ; $1,275; 1,401; 1,011; 1,214$	Tidak terjadi multikolinieritas
Uji Heteroskedastisitas	Nilai signifikansi untuk persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan sebesar $> 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data penelitian diolah, 2020

Tabel 3 menunjukkan hasil uji asumsi klasik : (1) Uji normalitas menunjukkan Asymp.Sig dari hasil uji normalitas KolmogorovSmirnov (K-S) dari 160 responden memiliki nilai residual  $0,200 > 0,05$  maka berarti bahwa data penelitian berdistribusi normal. (2) Uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi pada *linearity* untuk persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan sebesar  $< 0,05$  dan *deviation from linearity*  $> 0,05$  maka berarti antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan terdapat hubungan yang linier. (3) Uji multikolinieritas menunjukkan bahwa pada keempat variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . maka berarti dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. (4) Uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi untuk persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan sebesar  $> 0,05$ , maka berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga dapat dilakukan analisis model regresi berganda.

**Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.096	3.471		2.909	.004
	KP	.955	.142	.476	6.717	.000
	KM	.226	.080	.195	2.824	.005
	R	-.437	.144	-.178	-3.031	.003
	KC	.165	.082	.130	2.022	.045

Sumber: Data penelitian diolah, 2020

a. Dependent Variable: MME

b. Persamaan Regresi Berganda:

$$Y=10,096+0,955X1+0,226X2-0,437X3+0,165X4$$

Persamaan regresi berganda di atas memiliki makna sebagai berikut: (1) Konstanta sebesar 10,096, yang berarti tanpa dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, kepercayaan (seluruh variabel bebas bernilai 0) maka minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang sebesar 10,096. (2) Koefisien regresi variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) bertanda positif. Hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan persepsi kemudahan penggunaan maka akan mendorong minat menggunakan *e-wallet* (Y) meningkat. (3) koefisien regresi variabel persepsi kemanfaatan (X2) bertanda positif. Hal ini menjelaskan bahwa peningkatan persepsi kemanfaatan maka akan mendorong minat menggunakan *e-wallet* (Y) meningkat. (4) Koefisien regresi variabel persepsi risiko (X3) bertanda negatif. Hal ini menjelaskan bahwa peningkatan persepsi risiko maka akan terjadi penurunan minat menggunakan *e-wallet* (Y) meningkat. (5) koefisien regresi variabel kepercayaan (X4) bertanda positif. Hal ini menjelaskan bahwa peningkatan kepercayaan maka akan mendorong minat menggunakan *e-wallet* (Y) meningkat.

**Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi Persepsi Kemudahan Penggunaan (KP), Persepsi Kemanfaatan (KM), Persepsi Risiko (R), dan Kepercayaan (KC) terhadap Minat Menggunakan E-wallet (MME)****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 <sup>a</sup>	.473	.459	4.052

a. Predictors: (Constant), KC, R, KM, KP

b. Dependent Variable: MME Sumber:

Data penelitian diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,473 atau 45,9%. Ini berarti sebesar 54,1% variabel minat menggunakan *e-wallet* mampu dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan. Sedangkan sisanya sebesar 54,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

**Tabel 6. Hasil Koefisien Persepsi Kemudahan Penggunaan (KP), Persepsi Kemanfaatan (KM), Persepsi Risiko (R), dan Kepercayaan (KC) terhadap Minat Menggunakan E-wallet (MME)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	10.096	3.471		2.909	.004			
	KP	.955	.142	.476	6.717	.000	.622	.475	.392
	KM	.226	.080	.195	2.824	.005	.484	.221	.165
	R	-.437	.144	-.178	-3.031	.003	-.180	-.237	-.177
	KC	.165	.082	.130	2.022	.045	.390	.160	.118

a. Dependent Variable: MME

Sumber: Data penelitian diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 6 besar kontribusi variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* adalah  $(0,475)^2 \times 100\% = 22,5\%$ . Dengan demikian secara parsial variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) mempengaruhi variabel minat menggunakan *e-wallet* (Y) sebesar 22,5%. Besarnya kontribusi variabel persepsi kemanfaatan terhadap variabel minat menggunakan *e-wallet* adalah  $(0,221)^2 \times 100\% = 4,8\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel persepsi kemanfaatan (X2) mempengaruhi variabel minat menggunakan *e-wallet* (Y) sebesar 4,8%. Variabel persepsi risiko memberikan kontribusi secara parsial terhadap minat menggunakan *e-wallet* sebesar  $(-0,237)^2 \times 100\% = -5,6\%$ . Maka dapat dikatakan bahwa secara parsial variabel persepsi risiko (X3) mempengaruhi variabel minat menggunakan *e-wallet* (Y) sebesar -5,6%. Variabel kepercayaan memberikan kontribusi secara parsial terhadap minat menggunakan *e-wallet* sebesar  $(0,160)^2 \times 100\% = 2,5\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan (X4) mempengaruhi variabel minat menggunakan *e-wallet* (Y) sebesar 2,5%.

**Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F) ANOVA**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2284.485	4	571.121	34.789	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2544.615	155	16.417		
	Total	4829.100	159			

Dependent Variable: MME

a. Predictors: (Constant), KC, R, KM, KP

Sumber: Data penelitian diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 yang berarti variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang.

**Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji T)****Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	10.096	3.471		2.909	.004
	KP	.955	.142	.476	6.717	.000
	KM	.226	.080	.195	2.824	.005
	R	-.437	.144	-.178	-3.031	.003
	KC	.165	.082	.130	2.022	.045

a. Dependent Variable: MME

Sumber: Data penelitian diolah, 2020

Variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai *coefficients* B positif sebesar 0,476 dengan nilai Sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga hal ini menunjukkan bahwa H2 diterima atau terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang. Variabel persepsi kemanfaatan memiliki nilai *coefficients* B positif sebesar 0,195 dengan nilai Sig. sebesar  $0,005 < 0,05$ , sehingga hal ini menunjukkan bahwa **H3 diterima** atau terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang. Variabel persepsi risiko memiliki nilai *coefficients* B negatif sebesar -0,178 dengan nilai Sig. sebesar  $0,003 > 0,05$ , sehingga hal ini menunjukkan bahwa **H4 diterima** terdapat pengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang. Variabel kepercayaan memiliki nilai *coefficients* B positif sebesar 0,130 dengan nilai Sig. sebesar  $0,045 < 0,05$ , sehingga hal ini menunjukkan bahwa **H5 diterima** atau terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang.

#### **Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan E-wallet**

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada pengaruh secara simultan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang. Berdasarkan Tabel 4.28 di atas, besarnya *Adjusted R Square* sebesar 0,459 atau 45,9%. Ini berarti sebesar 45,9% minat menggunakan *e-wallet* mampu dijelaskan oleh variabel persepsi persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan. Sedangkan, sisanya sebesar 54,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model atau terdapat pengaruh secara simultan variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang.

Hasil analisis deskriptif variabel minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang termasuk dalam kategori tinggi. Kemudian analisis deskriptif dari masing-masing variabel independen menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan masuk dalam kategori tinggi, variabel persepsi kemanfaatan masuk dalam kategori tinggi, persepsi risiko masuk dalam kategori cukup, dan yang terakhir variabel kepercayaan termasuk dalam kategori tinggi. Kombinasi dari keempat variabel independen tersebut secara simultan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar satu satuan, maka variabel dependen juga akan mengalami peningkatan atau penurunan. Minat menggunakan *e-wallet* berada pada kategori tinggi yang artinya bahwa generasi milenial Kota Semarang memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan *e-wallet*.

Domisili responden pada penelitian ini tersebar di enam belas kecamatan Kota Semarang. Selain itu, Responden memiliki latar belakang pekerjaan yang bervariasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa *e-wallet* diminati oleh banyak kalangan pada generasi milenial kota Semarang. Penelitian ini membuktikan teori *Technology Acceptance Model* dalam Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa keputusan untuk menerima sebuah teknologi informasi dipengaruhi dua konstruk utama yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy to use*). Sementara itu, Kim et al. (2007) juga menyatakan bahwa persepsi risiko dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan layanan internet untuk bertransaksi secara negatif. Chandra & Theng dalam Shankar & Datta (2018) menyatakan bahwa kepercayaan sebagai konstruk paling penting dibandingkan dengan faktor lain.

Penelitian tentang minat menggunakan *e-wallet* juga pernah dilakukan sebelumnya oleh Yogananda & Dirgantara (2017) yang menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik, namun persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan uang elektronik.

#### **Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan *E-wallet***

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat ada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan data yang diolah, variabel persepsi kemudahan penggunaan memberikan hasil *coefficients* B positif sebesar 0,476 dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Hasil analisis deskriptif variabel persepsi kemudahan pengguna pada minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan *e-wallet* menggambarkan rata-rata dari persepsi kemudahan penggunaan adalah sebesar 23,41 atau dalam kategori tinggi. Maka dapat dikatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan generasi milenial berada dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan *e-wallet*.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam minat menggunakan sistem berdasarkan *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis 1989. Persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian ini adalah persepsi generasi milenial Kota Semarang dalam penggunaan *e-wallet* yang mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. Hal tersebut akan menimbulkan minat atau tidaknya generasi milenial Kota Semarang terhadap *e-wallet*.

Berdasarkan data, responden paling banyak menggunakan *e-wallet* adalah kelompok mahasiswa. Pada penelitian ini kelompok mahasiswa memiliki rentang usia 20- 25 tahun. Usia tersebut akan lebih mudah menerima teknologi baru. *E-wallet* merupakan teknologi baru yang mempermudah akses pembayaran. Hanya dengan *scan qr code* maka transaksi dilakukan dengan cepat dan mudah. Responden juga didominasi oleh perempuan sebanyak 61% atau 98 orang. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Vankastesh dan Morris (2000) dalam Jogiyanto (2007) bahwa perempuan lebih mudah dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dari penggunaan teknologi.

Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Ramadhan et al. (2016) bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo & Rosmauli (2015) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami & Kusumawati (2017) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*.

#### **Persepsi Kemanfaatan Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan *E-wallet***

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat ada pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan data yang diolah variabel persepsi kemanfaatan memberikan hasil *coefficients* B positif sebesar 0,195 dan nilai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$ . Sehingga dapat ditarik simpulan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Hasil analisis deskriptif variabel persepsi kemanfaatan pada minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan *e-wallet* menggambarkan rata-rata dari persepsi kemudahan penggunaan adalah sebesar 22,81 atau dalam kategori tinggi. Maka dapat dikatakan bahwa persepsi kemanfaatan generasi milenial berada dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan *e-wallet* Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* mungkin dikarenakan responden yang diambil pada penelitian ini adalah generasi milenial yang berusia 20-40 tahun. Generasi milenial

terkenal dengan gaya hidup yang *cashless*. Pola hidup tersebut sesuai dengan manfaat *e-wallet* yang ditawarkan seperti pembayaran transportasi, pembelian pulsa atau listrik, pembelian makanan dan lainnya hanya melalui *smartphone*. Sehingga responden penelitian ini menikmati manfaat yang ditawarkan oleh layanan *e-wallet*.

Pada model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) telah banyak penelitian untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem. Sejalan dengan model tersebut, Taylor dan Todd (1995) dalam Jogiyanto (2007) menemukan bahwa konstruk persepsi kemanfaatan merupakan penyebab utama minat menggunakan sistem. Teknologi keuangan merupakan sistem teknologi yang masih baru dan penting untuk dimanfaatkan. Jika para konsumen tidak menerima manfaat dari *e-wallet*, maka penggunaan *e-wallet* untuk menjawab kebutuhan konsumen menjadi sia-sia.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H3 yang menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan layanan sistem pembayaran non tunai *e-wallet* diterima atau terbukti. Sehingga apabila persepsi kemanfaatan *e-wallet* meningkat ataupun menurun maka akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Sari et al. (2018) bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap Go-Pay dan Link Aja. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahril & Rikumahu (2019) menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Hasil Penelitian yang dilakukan Anarjia & Rante (2019) menunjukkan persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan uang elektronik Sakuku.

#### **Persepsi Risiko Berpengaruh Negatif terhadap Minat Menggunakan *E-wallet***

Hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat ada pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan data yang diolah variabel persepsi persepsi risiko memberikan hasil *coefficients* B negatif sebesar - 0,237 dan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *e-wallet*. Hasil analisis deskriptif variabel persepsi risiko pada minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan *e-wallet* menggambarkan rata-rata dari persepsi risiko adalah sebesar 13,04 atau dalam kategori cukup. Maka dapat dikatakan bahwa persepsi risiko generasi milenial berada dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan *e-wallet*.

Safeena et al. (2010) menambahkan persepsi risiko pada model TAM untuk menguji pengaruhnya terhadap minat penggunaan sebuah sistem *internet banking*. Persepsi risiko dianggap sebagai ketidakpastian yang dirasakan terkait kemungkinan konsekuensi negatif dari penggunaan suatu produk atau layanan. Pada observasi awal penelitian ini ditemukan bahwa para pengguna *e-wallet* mengalami kekhawatiran *e-wallet* yang digunakan berisiko. Maraknya risiko peretasan data pada teknologi digital menjadi salah satu pertimbangan masyarakat menggunakan produk *fintech* salah satunya *e-wallet*.

Risiko menjadi perhatian bagi pengguna *e-wallet*. Sejalan dengan wawancara yang dilakukan pada beberapa responden. Wawancara dengan Nurul Indah mengungkapkan “Pernah merasa khawatir dan takut dalam menggunakan *e-wallet*, saya pernah menggunakan aplikasi Dana untuk membeli token listrik seharga seratus ribu rupiah saldonya sudah berkurang tapi lama tidak terkirim”. Kemudian Iis Fepriyani mengungkapkan “Sebenarnya khawatir *enggga* khawatir *sih* kak, takutnya uang saya hilang.”. Selanjutnya Halimah Nurisa mengungkapkan “Belakangan ini ada info mengenai pembobolan data pribadi gitu, jadi saya mulai khawatir menggunakan *e-wallet*”.

Dari hasil pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa H4 yang menjelaskan bahwa persepsi persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan layanan sistem pembayaran non tunai *e-wallet* diterima atau terbukti. Apabila tingkat persepsi risiko pada *e-wallet* meningkat ataupun menurun maka akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Hasil ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya

Priambodo & Prabawani (2016) yang menunjukkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktabriantono et al. (2017) yang menyatakan bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan uang elektronik.

### **Kepercayaan Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan *E-wallet***

Hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat ada pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan data yang diolah, variabel kepercayaan memberikan hasil *coefficients* B positif sebesar 0,130 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat ditarik simpulan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial menggunakan *e-wallet*. Hasil analisis deskriptif variabel kepercayaan pada minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan *e-wallet* menggambarkan rata-rata dari kepercayaan adalah sebesar 25,08 atau dalam kategori tinggi. Maka dapat dikatakan bahwa kepercayaan generasi milenial berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial Kota Semarang dalam menggunakan *e-wallet*

Hasil penelitian ini sejalan dengan Priyono (2017) yang menyatakan bahwa dalam kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung risiko. Dalam kondisi yang berisiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan. Transaksi digital mengandung ketidakpastian dan risiko yang besar. Oleh karena itu, pengguna *e-wallet* perlu membangun kepercayaan untuk mengurangi anggapan risiko. Pengguna yang yakin dan percaya akan layanan *e-wallet*, maka akan menggunakan dan menganggap *e-wallet* menghasilkan dampak yang positif bagi para penggunanya.

Hasil pengujian di atas disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif pada minat menggunakan *e-wallet*. Hasil tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Shanker & Datta (2018) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran *mobile*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Listiani (2018) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Penelitian lain oleh Romadloniyah & Prayitno (2018) juga menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*.

### **SIMPULAN**

Hasil temuan dan pembahasan penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, serta kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang. (2) Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. (3) Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. (4) Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. (5) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut: Untuk pemerintah, memberikan dukungan kepada industri teknologi keuangan berupa kebijakan yang dapat mendorong pertumbuhan industri tersebut. Selain itu, diperlukan kebijakan untuk meningkatkan perlindungan konsumen atau pengguna *e-wallet* agar meminimalisir kerugian dan risiko lain dari penggunaan *e-wallet*. Untuk penyedia layanan *e-wallet*, meningkatkan inovasi dan menambah fitur atau menu yang lebih multiguna, serta meningkatkan perlindungan terhadap data pengguna *e-wallet* untuk menghindari risiko yang tidak diharapkan. Untuk akademisi, diharapkan pada penelitian yang selanjutnya untuk menambah jumlah responden dan karakteristik responden seperti lama penggunaan *e-wallet* dan fitur yang paling sering digunakan serta variabel eksternal lain seperti kenyamanan dan promosi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chauhan, S. (2015) *Acceptance of Mobile by Poor Citizens of India: Integrating Trust Into the Technology Acceptance Model*. Info. 17. 58-68
- Fajarratri, Dwi Astuti (2010). *Studi Mengenai Persepsi Resiko (Perceived Risk) Terhadap Minat Beli Online Shopping (Kasus Pada Toko Online www.kaskus.com*. Jurnal Sains Pemasaran Volume IX, No. 2, September 2010, halaman 111 – 12.
- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7<sup>th</sup> ed)*. United States : Person IDN Research Institute. (2019). Indonesia Milenial Report.
- Jayani, Dwi Hadya. (2019). *Daftar Dompok Digital Terbesar di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompok-digital-terbesar-di-indonesia> (diakses pada tanggal 25 Desember 2019)
- Jogiyanto. (2007) *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R., (2007). *A trust-based consumer decision making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents*, Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems, pp157-167
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R., (2007). *A trust-based consumer decision making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents*, Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems, pp157-167
- Listiani, Uly Yeni. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money pada Mahasiswa FEB UMS*. *Skripsi.*, Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS
- Pavlou, P. A. (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model*. International Journal of Electronic Commerce. Vol. 7, No. 3. Hlm. 69-103.
- Pratama, B., & Suputra, D. (2019). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27. 927 – 953
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016) *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik*.
- Priyono, Anjar. (2017). *Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay*. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 21 No. 1, 2017, 88-106
- Qulub, A. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money*. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo
- Rahma, T. (2018). *Persepsi Masyarakat Kota Medan terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech)*. Jurnal At-Tawassuth, Vol. III, No. 1, 642 – 661
- Rahmatika, U., & Andryzal, F. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Electronic Money : Integrasi Model TAM-TPB dengan Perceived Risk*. Jurnal Nominal Volume VIII Nomor 2 2019
- Ramadhan, A., Prasetyo, A., & Irviana, L. (2016). *Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan e-money*. Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis Vol 13 (2) Oktober 2016
- Romadhloniyah, A., & Prayitno, D. (2018) *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi*

*Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan E-money pada Bank BRI Lamongan.* Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi Vol III No. 2

- Safeena, Rahmath, Abdullah, & Hema Date. (2010). *Customer Perspektif on E-Business Value : case Study on Internet Banking.* Journal of Internet Banking and Commerce. Vol. 15, No. 1
- Sari, M., Lisniawati, R., Novitasari, Vidyasari, R. (2018) *Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet.* Jurnal Ekonomi & Bisnis Vol. 18 No. 2 Hal: 126-134.
- Seetharaman, et al. (2017). *Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore.* Journal of Applied Economics and Business Research 7(2): 116-136
- Setyowati, D. (2018), *Tren baru pembayaran kode QR yang menyimpan masalah.* <https://katadata.co.id/berita/2018/09/11/tren-baru-pembayaran-kode-qr-yangmenyimpan-masalah> (diakses pada tanggal 18 Maret 2020).
- Shankar, A., & Datta, B. (2018). *Factors affecting mobile payment adoption intention: An Indian perspective.* Global Business Review, 19(3\_suppl), S72–S89
- Syahril, W., & Rikumahu, B. (2019). *Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan e-money Pada Mahasiswa Universitas Telkom.* JMM Online Vol.3 No.2 Februari 2019 201-204
- Utami, S., & Kusumawati. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-money.* Jurnal Balance Vol. XIV No.2 2017
- Wibowo, S., & Rosmauli, D. (2015). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan e-money Card.* Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol. 6 No. 1 2018
- Widiyanti, W. (2020). *Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok.* Jurnal Akuntansi dan Keuangan Volume 7 No. 1
- Wijaya C., & Kempa, & S. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion di Lazada.* AGORA Vol.6 No. 2,
- Yogananda, A., & Dirgantara, I. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang elektronik.* Diponegoro Journal Of Management Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-7