

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL (GOPAY) DI KOTA PADANG (Survei pada Masyarakat di Kota Padang)

Achmad Hanafi¹, Ice Kamela²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : achmadhanafi3092@gmail.com, icekamela@yahoo.com

A. PENDAHULUAN

GoPay adalah layanan *e-wallet* yang terdapat dalam aplikasi GojekIndonesia. GoPay dapat digunakan untuk pembayaran semua layanan Gojek (GoRide, GoCar, GoSend, dll.) hingga transaksi non tunai di rekan usaha offline dan online. Untuk mengisi saldo GoPay cukup mudah dengan transfer melalui mitra Gojek, One Klik, ATM, Internet Banking, Alfamart, dan lainnya.

Meskipun penggunaan uang elektronik sudah populer di kalangan masyarakat dan mengalami peningkatan, akan tetapi berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang tidak mengenal uang elektronik meskipun uang elektronik (*e-money*) sudah mulai berkembang. Dari hasil survei diketahui bahwa kurangnya minat menggunakan dompet digital Gopay pada masyarakat di Kota Padang, kurangnya minat masyarakat diakibat kurangnya pemahaman masyarakat mengenai manfaat dan kemudahan bertransaksi menggunakan Gopay. Faktor yang mempengaruhi minat menggunakannya yaitu persepsi kemudahan [1]. Persepsi kemudahan ini merupakan salah satu konstruk utama yang terdapat dalam teori yang dikembangkan oleh [2] yaitu teori Technology Acceptance Model (TAM).

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli yaitu fitur layanan. Pada tahun 2016 Gojek memperkenalkan layanan terbarunya yaitu Gopay fitur layanan uang elektronik dalam aplikasi. Menurut [2] Fitur layanan adalah salah satu faktor dari pesaing yang akan membuktikan suatu kepercayaan untuk konsumen dalam melakukan transaksi baik secara online atau offline, semakin baik dan beragam fitur darisuatu produk dapat lebih menarik minat seseorang dalam menggunakan produk tersebut.

Selain itu, faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat menggunakan konsumen secara online adalah persepsi risiko. Menurut [3], persepsi risiko dapat ditafsirkan sebagai

bentuk keadaan ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan terjadi nantinya (*future*) dengan keputusan yang diambil berdasarkan sebagai pertimbangan pada saat ini.

B. METODE PENELITIAN

Cross sectional merupakan desain yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kuantitatif, analisis deskriptif diperlukan agar mengetahui tingkat capaian responden (TCR), SEM-PLS digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis, maka dari itu diperlukannya lah prosedur Measurement Model Assesment (MMA) yang berfungsi sebagai uji validitas, reliabilitas dan uji diskriminan, selanjutnya dilakukan uji R Square dan Q Square, dan untuk pengujian hipotesis digunakan prosedur Structural Model Assesment (SMA). Masyarakat dikota padang dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini. Variabel persepsi kemudahan, fitur layanan, dan persepsi resiko dijadikan sebagai independen dan minat menggunakan sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sample dengan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dikenal sebagai purposive sampling [4]. Ciri-ciri yang di pakai yaitu masyarakat berumur 17-60 tahun, belum pernah menggunakan gopay dan telah memiliki pekerjaan tetap. Sampel diambil sebanyak 80 responden di hitung berdasarkan perhitungan dalam [4] jumlah anggota sampel minimal 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah 80 kali dari variabel yang diteliti, terdapat 4 variabel (persepsi kemudahan, fitur layanan, persepsi resiko, dan minat menggunakan) maka jumlah variabel dikali 20 = 80 [4]. Instrumen yang digunakan untuk meperoleh data menggunakan kusioner dengan skala likert lima jawaban.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Hipotesis

Arah	Original Sample	T statistic	P Value	Ketentuan
Persepsi Kemudahan > Minat Menggunakan	0,377	3.176	0.002	H1 Diterima
Fitur Layanan > Minat Menggunakan	0,157	1.287	0.199	H2 Ditolak
Persepsi Risiko > Minat Menggunakan	-0,281	2.563	0.011	H3 Diterima

Hasil pengujian hipotesis pertama terkait persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Gopay dengan menggunakan metode *Structural Model Assessment* diperoleh original sample 0,377, T-statistic 3,176 (besar dari 1,96) dan P valuenya 0,002 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Gopay di Kota Padang, sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini sejalan dengan Jogiyanto (2017) yang menyebutkan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Artinya Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan atau tidak sulit untuk dipahami maka dia akan menggunakannya.

Hasil pengujian hipotesis kedua terkait fitur layanan terhadap minat menggunakan Gopay dengan menggunakan metode *Structural Model Assessment* diperoleh original sample 0,157, T-statistic 1,287 (kecil dari 1,96) dan P valuenya 0,199 (besar dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan Gopay di Kota Padang, sehingga hipotesis pertama ditolak. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Umaningsih dan Wardani (2020) bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-money*. Artinya lengkap atau tidaknya fitur layanan pada gopay tidak mempengaruhi responden yang memakainya.

Hasil pengujian hipotesis ketiga terkait

persepsi risiko terhadap minat menggunakan Gopay dengan menggunakan metode *Structural Model Assessment* diperoleh original sample -0,281, T-statistic 2,563 (besar dari 1,96) dan P valuenya 0,011 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Gopay di Kota Padang, sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryani (2019) bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online ditanjung pinang.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Gopay di Kota Padang. (2) Fitur Layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan Gopay di Kota Padang. (3) Persepsi Risiko berpengaruh Positif terhadap minat menggunakan Gopay di Kota Padang.

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain baik yang dapat mempengaruhi minat menggunakan maupun variabel yang menjadi akibat minat menggunakan dan diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat meneliti *ewallet* yang lain atau dengan variabel yang lainnya atau menambahkan variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Jogiyanto. (2017). Konsep Dasar Sistem Informasi. Konsep Dasar Sistem Informasi.
- [2] Ritmaya, C. L. (2016). Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank bca dalam menggunakan ininternet banking. *JOURNAL of RESEARCH in ECONOMICS and MANAGEMENT*, 16(1), 160–177.
- [3] Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* 1(2), 66–80. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>

- [4] Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318–328.
- [5] Umainingsih, Wahyu Pratiwi dan Wardani, Dewi Kusuma (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-money*. *Jurnal Akutansi dan Ekonomi*. Vol 5 No. 3 November 2020. E-ISSN 2541-0180
- [6] Haryani, Dwi Septi. 2019. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online di Tanjungpinang. *Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia*. DIMENSI, VOL. 8, NO. 2 : 198-209. ISSN:2085-9996.