

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI DANA DI KOTA PADANG

¹⁾Yafi Ananta, ²⁾Lindawati

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email: yafiananta5@gmail.com, 111nda@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya teknologi informasi, masyarakat semakin mudah melakukan transaksi finansial melalui berbagai media komunikasi yang canggih. *Financial technology* (fintech) telah menjadi solusi utama, dimana masyarakat dapat mengaksesnya melalui berbagai platform elektronik seperti *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Mobile Payment*. Salah satu inovasi yang paling mencolok adalah pengembangan *electronic wallet* atau yang dikenal sebagai "*e-wallet*". *E-wallet* menjadi pilihan yang sangat efektif dan efisien dalam berbagai jenis pembayaran, seperti untuk transportasi umum, pembayaran tol, parkir, makanan cepat saji, belanja, dan lain sebagainya.

Perkembangan *e-wallet* ini diikuti dengan fenomena *Cashless Society* yaitu fenomena masyarakat memanfaatkan pembayaran digital saat melakukan transaksi keuangan, sehingga penggunaan uang tunai minim terjadi. Fenomena ini lahir sebagai akibat dari *cashless* ekonomi dimana perkembangan teknologi dan digitalisasi mampu menggeser pemanfaatan uang fisik.

E-wallet adalah aplikasi atau layanan dompet elektronik yang berfungsi untuk transaksi antar pengguna agar lebih mudah diakses oleh masyarakat. Transaksi yang bisa dilakukan oleh *e-wallet* seperti mengirim uang ke teman atau orang sekitar, membayar barang dan jasa dengan membatasi jumlah uang yang terdapat pada aplikasi. Teknologi yang semakin canggih dan semakin mudah diakses oleh masyarakat untuk bertransaksi pembayaran *online* maupun *offline* [1].

DANA merupakan salah satu dompet digital pendatang baru di Indonesia. Sebelum *e-wallet* DANA terdapat *e-wallet* yang lain seperti OVO, GoPay, LinkAja, dan sebagainya. aplikasi DANA pertama kali diluncurkan pada tanggal 5 Desember 2018 yang didirikan oleh Elang Sejahtera Mandiri termasuk anak usahanya PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) dan kongsi bersama Ant Financial. aplikasi DANA didesain untuk menjadikan transaksi nontunai dan non kartu secara digital, cepat, dan praktis. Kehadiran aplikasi DANA ini juga mempermudah

pengguna dalam melakukan transaksi tanpa harus membawa banyak uang. Cukup dengan mengisi saldo, pengguna bisa membelanjakan berbagai kebutuhan layaknya membawa uang asli. Selain itu, keamanan transaksi juga menjadi fitur andalan DANA.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat menggunakan adalah persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebagai suatu keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna [2].

Saat ini, dengan adanya internet sebagai media utama untuk mencari informasi tentang sebuah produk atau perusahaan membuat WOM (*Word of Mouth*) tampil dengan wujud barunya secara online menjadi *Electronic Word of Mouth* (e-WOM).

E-WOM didefinisikan sebagai dinamika dan proses berkelanjutan dari pertukaran informasi antara potensi, aktual atau konsumen terdahulu atas produk, pelayanan, merek atau perusahaan yang mana tersedia untuk berbagai institusi dan individu melalui internet [3].

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah aplikasi DANA. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang berminat menggunakan aplikasi DANA. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* [4]. Dengan jumlah sampel 60 sampel. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik analisis data menggunakan IBM SPSS yaitu dengan uji instrumen dimana menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif untuk mengetahui tingkat capaian responden (TCR). Selanjutnya menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji-t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji-t digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel dalam mempengaruhi variabel dependen taraf signifikansinya 5% atau 0,05. Menurut Sugiyono (2018) uji t digunakan untuk jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan korelasi dari 2 variabel yang diteliti.

Apabila nilai probabilitas signifikan < 0,05, maka hipotesis diterima karena variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 1.1
Hasil Uji Hipotesis (uji-t)

| Model | Coefficients ^a | | | | | |
|-------|---------------------------|-----------------------------|------|---------------------------|--------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | |
| 1 | (Constant) | 16,289 | ,416 | | 39,197 | ,000 |
| | Persepsi Kemudahan | ,118 | ,010 | ,888 | 11,498 | ,000 |
| | Ewom | ,033 | ,012 | ,209 | 2,708 | ,009 |

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi Dana. Berdasarkan tabel diatas hasil uji yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi 0,000 dengan probabilitas $0,000 < 0,5$. Sehingga dengan demikian dapat diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi Dana, Maka dapat disimpulkan Hipotesis pertama diterima.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi Dana. Berdasarkan tabel diatas hasil uji yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi 0,009 dengan probabilitas $0,009 < 0,5$. Sehingga dengan demikian dapat diketahui bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi Dana, Maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan *electronic word of mouth* terhadap minat menggunakan aplikasi DANA di Kota Padang yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi DANA di Kota Padang.

Saran untuk peneliti selanjutnya yang pertama adalah untuk menambahkan variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini, lalu menggunakan sampel yang lebih banyak dari pada penelitian ini. Serta,

menggunakan daerah lain untuk melakukan penelitian, karena hasil dari penelitian ini hanya berlaku di Kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012
- [2] Cahyo, A. D., Tresnati, R., & Harahap, D. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi terhadap Minat Penggunaan E-money ShopeePay. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2), 1280–1285. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.4276>
- [3] Bestari, D. K. P., Rosyada, R. F. A., Cicayati, Widjayanti, S., & Candra, D. A. (2020). The Influence of Product Quality, Price and Electronic Word of Mouth on Purchase Intention on School Uniforms at the Rafly Jaya Shop Bandung during the Pandemic Covid-19. *Solid State Technology*, 63(4), 4808–4819. www.slidstatetechology.us
- [4] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.