

Pengaruh Kemudahan Penggunaan *E-Wallet*, Risiko dan Promosi Penjualan Online terhadap Minat *Shopeepay* sebagai Metode Pembayaran

Anisyah Sepiana^{1*}, Nugraeni²

Fakultas Ekonimi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta
sepiananisyah03@gmail.com^{1*}, nugraeni@mercubuana-yogya.ac.id²

Received 25 November 2024 | Revised 28 November 2024 | Accepted 30 November 2024

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian bertujuan guna mengidentifikasi dampak persepsi kemudahan pemakaian *e-wallet*, risiko, serta promosi penjualan online pada minat ShopeePay selaku metode pembayaran, baik secara terpisah atau bersamaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik yang digunakan dalam penelitian ini ialah survei, yang berfungsi sebagai sumber data primer melalui penyebaran kuesioner. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Populasi pada penelitian ini terdiri dari mahasiswa prodi akuntansi Angkatan 2021 di Universitas Mercu Buana yang telah menggunakan *e-wallet* ShopeePay sebagai metode pembayaran. Sampel diambil dari mahasiswa aktif yang memenuhi kriteria yaitu mereka yang pernah dan masih menggunakan ShopeePay. Teknik pengolahan data dilaksanakan dengan software SPSS 2021. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa secara persial, persepsi kemudahan penggunaan memberikan pengaruh positif serta signifikan pada minat mahasiswa dalam memanfaatkan ShopeePay selaku metode pembayaran. Sebaliknya, pandangan risiko memiliki dampak negatif serta signifikan pada minat mahasiswa untuk memanfaatkan ShopeePay selaku metode pembayaran. Temuan dalam penelitian ini adalah memberikan relevansi praktis kepada perusahaan dompet elektronik agar meningkatkan pengalaman pengguna, meminimalkan risiko keamanan, dan merancang strategi promosi yang lebih efektif. Penelitian ini juga memberikan pemahaman mengenai teoritis yang signifikansi analisis perilaku pengguna dalam proses adopsi teknologi pembayaran secara elektronik.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan *E-Wallet*; Minat Dompot Digital *Shopeepay*; Promosi Penjualan Online

Abstract

The goal of the study is to ascertain how ShopeePay interest as a payment option is impacted, either independently or in combination, by perceived e-wallet ease of use, risk, and online sales promotion. This study's employs a quantitative approach, methodology is a survey, which distributes questionnaires to act as a main data source. The study's participants were students who were enrolled in the accounting study program in the Class of 2021 at Universitas Mercu Buana who had used the ShopeePay e-wallet as a payment method. Samples were taken from active students who met the criteria, namely those who had and were still using ShopeePay. The data processing technique was carried out with SPSS 2021 software. According to this survey, students' interest in using ShopeePay as a payment option is positively and significantly impacted by perceived ease of use. On the other hand, students' interest in using ShopeePay as a payment option is significantly and negatively impacted by perceived risk. The findings of this study highlight the practical implications for e-wallet companies to improve user experience, reduce security risks, and develop more effective promotional strategies. Additionally, this research provides a theoretical understanding of the importance of analyzing user behavior in the process of adopting electronic payment technologies.

Keywords: *Ease of Use of E-wallet; Interest in Digital Wallet ShopeePay; Online Sales Promotion*

PENDAHULUAN

Data yang diperbarui dari temuan riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan jika mempunyai jumlah 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah tersebut sama dengan 77% dari jumlah populasi Indonesia yang mempunyai jumlah 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Berdasarkan usia, penetrasi internet tertinggi pada kelompok usia 13-18 tahun yang dimana mereka masih menempuh study tingkat SD, SMP, SMA. Pada jaman sekarang anak seusia mereka sudah menggunakan internet karena ada beberapa faktor pengaruh diantaranya, sejak saat terjadinya pandemi COVID-19, seluruh proses pembelajaran dilakukan secara online/daring. Fenomena itu terjadi juga dipicu akibat kemajuan teknologi dan tingkat produktivitasnya lebih tinggi dibandingkan kalangan yang lain. Dengan adanya perkembangan teknologi, masyarakat sangat mudah dalam memperoleh informasi serta mengerjakan pekerjaannya secara efektif dan efisien tanpa memakan banyak waktu melalui fitur elektronik seperti halnya layanan keuangan elektronik (MYC Asmara & Nugraeni, 2023).

Dengan hal tersebut menimbulkan tingginya minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi-aplikasi digital *E-Commerce* terdapat pula perkembangan signifikan dalam berbagai jenis pembayaran elektronik, yang sering dikenal dan disebut sebagai dompet elektronik dan *e-wallet*. Dompet elektronik merupakan inovasi yang dihasilkan oleh perusahaan rintisan (start-up) di bidang keuangan, dan dalam kategori teknologi finansial (fintech). Fintech sendiri ialah penerapan inovasi teknologi dalam bidang keuangan untuk meningkatkan efisiensi, mempercepat dan mengubah berbagai aspek dalam pelayanan keuangan. Pada sistem *e-commerce*, kepercayaan pengguna terhadap pembelian online juga dapat dipengaruhi dengan tingkat persepsi terhadap risiko mereka (D Islamiyati & Nugraeni, 2014). Kepercayaan pada suatu toko online dapat menghasilkan sikap yang baik dari konsumen sehingga dapat meminimalisir persepsi terhadap risiko pembelian online.

Menurut Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 18/40/2016 mengenai pelaksanaan pemrosesan terhadap transaksi di Indonesia, definisi dompet elektronik adalah layanan digital yang digunakan guna merekam data instrument transaksi, termasuk transaksi yang berbasis kartu dan uang elektronik. Dompet elektronik juga dapat menyimpan saldo yang akan diperlukan untuk melakukan transaksi pembayaran. Penggunaan dompet digital sangat memungkinkan para pengguna aplikasi dalam melakukan transaksi pembayaran dengan lebih mudah dan efisien.

Tahun 2022, jumlah nilai transaksi yang menggunakan uang elektronik mengalami pertumbuhan yakni 30,84% jika dilakukan perbandingan dengan tahun 2021 yang berjumlah Rp 399,6 triliun. Perry Warjiyo merupakan Gubernur Bank Indonesia menyatakan jumlah transaksi uang elektronik diperkirakan akan meningkat sebesar 23,9% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya, yang berjumlah Rp 495,2 triliun pada tahun 2023. Hal itu menunjukkan bahwa melakukan transaksi menggunakan sistem pembayaran berbasis elektronik semakin diminati. Proses transaksi melalui *e-wallet* lebih efisien jika dibandingkan dengan sistem perbankan tradisional konvensional karena tidak memakan waktu dan biaya. Metode transaksi berbasis seluler sering digunakan karena pengguna menganggap transaksi yang dilakukan melalui dompet elektronik menawarkan berbagai keuntungan. Karena kepraktisan yang ditawarkan, penggunaan dompet elektronik semakin populer sehingga dapat merubah cara masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan promosi penjualan terhadap minat penggunaan *e-wallet* ShopeePay di kalangan mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan 2021. Masalah yang menjadi perhatian utama adalah apakah ketiga variabel tersebut secara signifikan mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran. Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan tersebut dengan menggunakan kerangka teori *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah digunakan untuk memprediksi adopsi teknologi computer serta faktor-faktor yang mempengaruhi langsung pada keputusan penggunaannya. Persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada seberapa mudah teknologi digunakan oleh individu, sesuai dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1986). Persepsi risiko, di sisi lain mengacu pada potensi kekhawatiran pengguna terhadap aspek keamanan dan privasi selama transaksi (Park et al., 2019). Sementara itu, promosi penjualan, seperti cashback dan diskon, memainkan

peran penting dalam menarik perhatian pengguna baru dan mempertahankan loyalitas pengguna lama (Kotler & Keller, 2019).

METODE

Metode kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian untuk mempelajari dan menganalisis populasi dan sampel tertentu dengan landasan filosofi positifisme (Sugiyono,2018). Sehingga metode pada penelitian ini menggunakan jenis metode kuantitatif. Strategi pengambilan data di penelitian ini menerapkan metode survei sebagai sumber data utama dengan menyebarkan kuesioner pada Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY) kampus 3 yang terletak di Jl. Ring Road Utara, Ngropoh, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta program studi akuntansi angkatan 2021. Sampel penelitian ini adalah bagian dari mahasiswa prodi akuntansi UMBY Angkatan 2021 yang memanfaatkan ShopeePay sebagai metode pembayaran. Kriteria yang digunakan sebagai sampel adalah mahasiswa yang masih aktif di prodi akuntansi UMBY kampus 3 yang pernah menggunakan dan kini masih menggunakan *e-wallet* shopeePay sebagai mekanisme pembayaran. Teknik pengolahan data dilakukan menggunakan *software* SPSS 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini terdapat 4 asumsi utama yang telah dilakukan sebagai langkah awal untuk memastikan validitas yaitu, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan multikolinearitas. Hasil analisis menunjukkan jika telah memenuhi seluruh asumsi klasik. Residual terdistribusi secara normal, tidak ditemukan indikasi heteroskedastisitas, autokorelasi antar residual tidak terdeteksi, dan nilai multikolinearitas antar variabel independen berada dalam batas yang dapat diterima.

Tabel 1. Temuan Uji Statistik Deskriptif

| Descriptive Statistics | | | | | |
|--|----|--------|--------|-------|----------------|
| | N | Minimm | Maximm | Mean | Std. Deviation |
| Persepsi kemudahan penggunaan | 40 | 14 | 31 | 19.33 | 3.511 |
| Persepsi Risiko | 40 | 6 | 17 | 11.30 | 3.180 |
| Persepsi promosi penjualan online | 40 | 4 | 18 | 7.95 | 3.154 |
| Minat penggunaan dompet digital e-wallet Shopeepay | 40 | 5 | 25 | 11.60 | 4.378 |
| Valid N (listwise) | 40 | | | | |

Analisis data di atas dapat disimpulkan variabel bahwa Persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai minimum 14, maximum 31, mean 19.33 dan standar deviation 3.511. Persepsi risiko memiliki nilai minimum 6, maximum 17, mean 11.30 dan standar deviation 3.180. Promosi penjualan online memiliki nilai minimum 4, maximum 18, mean 7.95, dan standar deviation 3.154. Minat penggunaan *e-wallet* ShopeePay memiliki nilai minimum 5, maximum 25, mean 11.60, dan standar deviation 4.378.

Tabel 2. Hasil Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji t) Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-----------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | .978 | 3.431 | | .285 | .777 |
| Persepsi kemudahan penggunaan | .217 | .171 | .174 | 1.265 | .214 |
| Persepsi Risiko | -.046 | .154 | -.033 | -.299 | .767 |
| Persepsi promosi penjualan online | .875 | .193 | .630 | 4.538 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat pemakaian dompet digital e-wallet Shopeepay

Variabel persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan bahwa *t* hitung ialah 1.265, sementara *t* tabel ialah 1.986. Hal ini mengindikasikan *t* hitung < *t* tabel. Nilai unstandardized coefficients B bersifat positif dengan tingkat signifikansi yakni $0.042 < 0,05$. Maka dari, bisa dilakukan pengambilan



keismpulan bahwa H1 dapat dilakukan penerimaan, yang diartikan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan.

Maka dari itu, ini dinyatakan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut. Berdasarkan hasil pengujian, juga dapat dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan yang strategis kepada pihak perusahaan *e-wallet*.

Pembahasan

1. Pada pengaruh kemudahan penggunaan *e-wallet* pada minat dalam menggunakan Shopeepay sebagai metode pembayaran. Pada uji t didapatkan nilai t hitung 1.265 lebih kecil dari t table 1.986, dengan nilai signifikansi $0.214 > 0.05$ sehingga diketahui persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* tidak mempengaruhi signifikan pada minat pemakaian Shopeepay selaku metode pembayaran.
2. Pada pengaruh risiko penggunaan *e-wallet* pada minat dalam menggunakan Shopeepay sebagai metode pembayaran. Pada uji t didapatkan nilai t hitung -0.299 lebih kecil dari t tabel, dengan nilai signifikansi $0.767 > 0.05$ sehingga diketahui persepsi risiko penggunaan *e-wallet* tidak dapat mempengaruhi secara signifikan pada minat penggunaan Shopeepay sebagai metode pembayaran.
3. Pada pengaruh promosi penjualan pada minat penggunaan Shopeepay sebagai metode pembayaran. Pada uji t didapatkan nilai t hitung 4.538 lebih besar dari t tabel, dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga diketahui promosi penjualan online dapat mempengaruhi positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan ShopeePay.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pada persepsi terhadap kemudahan penggunaan dompet digital ShopeePay sebagai metode pembayaran, mempunyai dampak secara positif dan signifikan pada minat mahasiswa dalam memakai dompet digital ShopeePay sebagai mekanisme pembayaran. Pada persepsi risiko dalam minat menggunakan dompet elektronik ShopeePay sebagai mekanisme pembayaran terhadap risiko memiliki pengaruh secara negatif serta signifikan. Serta promosi penjualan online memberikan pengaruh secara positif serta signifikan pada minat mahasiswa untuk memakai dompet elektronik ShopeePay sebagai mekanisme pembayaran. Saran dari kesimpulan untuk peneliti selanjutnya adalah agar mementingkan variabel-variabel lain yang lebih relevan kepada faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan layanan *e-wallet*.

DAFTAR PUSTAKA

- Algusri, J., Magdalena, M., Misral, M., Karimi, K., & Darmawani, R. D. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 13(2), 222–231.
- Chopdar, P. K., & Sivakumar, V. J. (2019). Understanding continuance usage of mobile shopping applications in India: the role of espoused cultural values and perceived risk. *Behaviour & Information Technology*, 38(1), 42–64.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harto, R. B., & Munir, Z. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee. *JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen)*, 9(1), 89–98.
- Kademaunga, C. K., & Phiri, J. (2019). Factors affecting successful implementation of electronic procurement in government institutions based on the technology acceptance model. *Open Journal of Business and Management*, 7(04), 1705.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Kuantitatif, P. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Kusuma, I. S. H. (2023). Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(2), 31–39.



- Nabila, L. D. (2020). Pengaruh Dompot Digital Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Franchise Minuman (Studi Pada Konsumen Minuman Chatime di Lippo Plaza Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1034–1040.
- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2019). M-payment service: Interplay of perceived risk, benefit, and trust in service adoption. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 29(1), 31–43.
- Rahmawati, I. M., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Promosi Cashback terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital ShopeePay (Studi pada Mahasiswa di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 535–547.
- Ramadhan, G. R., Aryanda, H. Y., Retnoningsih, I., Azizah, I. N., Anggraeni, M. C., & Suhatmi, E. C. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Behavior Finance, Dan Income Terhadap Keputusan Berinvestasi. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 2(1), 844.
- Sujarweni, V. W. (2017). *Analisis Laporan Keuangan: teori, aplikasi, dan hasil penelitian/V. Wiratna Sujarweni*.
- Sunarya, I. M. (2022). Pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (e-wallet) melalui pendekatan teori technology acceptance model (tam). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1414–1422.
- Syukriyyah, S., & Karyaningsih, K. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 263–287.
- Asmara, M. Y. C., & Nugraeni, N. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Sistem Pembayaran QRIS Bagi UMKM Yogyakarta. *Nangroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(9).
- Islamiyati, D., & Nugraeni, N. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Bertransaksi Secara Online pada Toko Online. *Jurnal Akuntansi*, 2(2), 1–9.

