

Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Keputusan Penggunaan *e-wallet* dalam Transaksi Pembayaran (Studi di Pasar Tradisional Daerah Istimewa Yogyakarta)

Hasna Ridha Novia Putri¹; Yennisa²

^{1,2}Universitas PGRI Yogyakarta

*Corresponding author: yennisa.icha@upy.ac.id

Received: 29 Juni 2023

Revised: 09 Juli 2023

Accepted: 13 Juli 2023

Abstract

Tujuan: Untuk menguji arah dan pengaruh literasi keuangan, persepsi kemanfaatan, kemudahan serta keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam transaksi pembayaran.

Metodologi: Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pasar tradisional di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang sudah menggunakan *e-wallet* shopeepay untuk transaksi pembayaran. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan data primer. Instrumen pengukuran dan penilaian variabel menggunakan lima skala likert sebagai suatu ukuran penilaian responden atas pertanyaan yang diajukan. Teknik analisis data melalui tahapan uji kualitas data yaitu; uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis linier berganda. Untuk memenuhi kualifikasi pengujian hipotesis (parsial dan simultan) dengan analisis linier berganda maka tahapan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas perlu dilakukan.

Temuan: Hasil uji statistik yang digunakan menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan, persepsi kemanfaatan, kemudahan serta keamanan berpengaruh positif (baik secara parsial maupun simultan) terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam transaksi pembayaran.

Orisinalitas: Pengujian dilakukan pada segmen konsumen UMKM pasar tradisional yang berada di wilayah DIY.

Keterbatasan Penelitian: Tidak melakukan wawancara dengan responden sehingga terdapat kemungkinan responden tidak memahami pertanyaan dalam instrumen dengan baik.

Implikasi Praktis: Pemerintah perlu membuat kebijakan untuk mendorong transaksi *non-cash* terutama bagi masyarakat biasa.

Kata kunci: literasi keuangan, persepsi kemanfaatan, kemudahan, keamanan, keputusan menggunakan *e-wallet*.

UBMJ

UPY Business and
Management Journal

Pendahuluan

Era digitalisasi seperti saat ini, masyarakat tentu mengharapkan segala sesuatu yang lebih mudah dan efektif, tak terkecuali kemudahan dalam hal melakukan transaksi keuangan atau yang sering dikenal sebagai transaksi digital (Widiyanti, 2020). Transaksi digital menjadi tren baru yang diminati oleh kalangan masyarakat. Bank Indonesia sebagai bank sentral di Indonesia menerbitkan aturan mengenai system pembayaran menggunakan alat pembayaran elektronik yang disebut juga *e-money*. *E-wallet* merupakan sebuah aplikasi untuk menyimpan nominal uang

elektronik penggunaannya harus terkoneksi dengan internet (Sasmita & Afrianto, 2019). *E-wallet* dipakai untuk melakukan transaksi pembayaran tanpa diperlukan media kartu, hanya membutuhkan *smartphone* untuk selalu dibawa masyarakat. Uang elektronik dapat digunakan menjadi alat pembayaran yang mudah untuk mewujudkan lancarnya proses membayar terutama di pasar tradisional.

Pasar tradisional dikatakan sebagai salah satu pusat perekonomian masyarakat dimana kegiatan penjual dan pembeli dilakukan secara langsung dengan tingkat pelayanan yang terbatas (Pradnyanawati & Westra, 2019). Pasar tradisional melayani proses transaksi jual beli yang terjadi setiap hari. Menurut Badan Pusat Statistik terakhir sensus pada tahun 2019 di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta ada sebanyak 357 pasar tradisional (BPS, 2019). Per September 2020, hasil survei Ipsos di Asia Tenggara menunjukkan bahwa sebanyak 44% pengguna baru Indonesia menggunakan *e-wallet* di awal tahun 2020. Berdasarkan temuan tersebut, memperoleh hasil *e-wallet* mana yang memiliki pangsa pasar yakni *e-wallet* shopeepay. Shopeepay berhasil mendapatkan peringkat 1 di antara merek *e-wallet* terbaik dan paling banyak digunakan di Indonesia, yaitu hingga 34%. *Fintech* dan *e-commerce* berpotensi membuka peluang kepada 51% penduduk dewasa unbanked dan 62,9 juta UMKM (termasuk di dalamnya adalah pasar tradisional). Salah satu visi sistem pembayaran Indonesia 2025 adalah dukungan untuk integrasi ekonomi keuangan digital nasional. Salah satu dampaknya adalah dorongan untuk akseptasi pembayaran digital melalui program elektronifikasi yang ditargetkan pada pasar tradisional (Bank Indonesia, 2019).

Teknologi keuangan telah muncul sebagai solusi dalam transaksi perdagangan, yang membuat sistem pembayaran lebih efisien dan efisien, tetapi juga tetap ekonomis. (Wildan, 2019). Seiring perkembangan teknologi membutuhkan pengetahuan terhadap literasi keuangan. Teknologi dirancang guna membuat putusan yang sesuai serta mengelola keuangan dengan baik bagi pengguna menjadikan *e-wallet* shopeepay berkembang pesat. *E-wallet* mampu memudahkan dan mempercepat pekerjaan. Hal tersebut sejalan dengan kemauan pengguna untuk melakukan transaksi yang mudah, tidak lama, dan juga nyaman. Di balik segala kemudahan yang ditawarkan penggunaan *e-wallet* shopeepay, terdapat juga berbagai macam risiko keamanan yang mengintai penggunaannya.

Penelitian terkait keputusan penggunaan *e-wallet* telah dilakukan oleh (Elsa Silaen, 2019) memperoleh hasil persepsi kemudahan serta manfaat memiliki pengaruh yang positif pada putusan menggunakan *e-wallet*. Hasil dari penelitian lainnya yakni persepsi kemudahan tidak berpengaruh parsial pada putusan menggunakan *e-wallet* sedangkan persepsi manfaat serta keamanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada putusan menggunakan *e-wallet* (Sari *et al.*, 2020). Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini mengembangkan riset sebelumnya dengan menguji apakah terdapat pengaruh terhadap variabel literasi keuangan dengan keputusan penggunaan *e-wallet* di pasar tradisional.

Tinjauan Pustaka

Teori TPB

Theory of Planned Behavior (TPB) pengembangan dari *Theory of Rational Action* (TRA) yang dikembangkan pada tahun 1967. Teori TPB diciptakan untuk menjelaskan faktor-faktor penentu perilaku tertentu seseorang. Faktor utama TPB sama dengan TRA, yaitu *behavioral intention*. Menurut Ajzen (1991), teori perilaku terencana adalah teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia pada umumnya bertindak dengan bijaksana (*act in a sense*). Faktor utama yang menentukan perilaku individu yakni pengaruh dari niat individu (*behavioral intent*) untuk bersikap seperti apa. Niat perilaku mendapat pengaruh dari tiga variabel:

1. Perilaku terhadap tindakan (*attitudes against actions*) adalah sikap seseorang terhadap hasil dari tindakan dan kemudian mengevaluasi hasil dari tindakan tersebut.
2. Norma subjektif adalah keyakinan mengenai harapan normatif orang lain dan motivasi orang

yang diberi harapan bahwa harapan tersebut akan terpenuhi.

3. Persepsi kontrol perilaku adalah perasaan mengenai adanya dukungan maupun hambatan perilaku, serta persepsi bagaimana sesuatu meyakinkan dukungan dan hambatan perilaku.

Manusia bertindak secara wajar, mempertimbangkan akibat dari perilaku yang sebelumnya telah diputuskan untuk dilakukan. Teori di atas menyajikan kerangka kerja guna memahami sikap individu terhadap perilaku mereka. Hal ini termasuk sikap yakin mengenai tingkah laku, evaluasi konsekuensi dari perbuatan, norma subjektif, keyakinan normatif, serta motivasi kepatuhan.

Theory Acceptance Model (TAM)

TPB dapat menjelaskan dan menganalisa keinginan dalam perilaku manusia sedangkan TAM merefleksikan sejauh mana seseorang menggunakan teknologi berdasarkan kemudahan penggunaan. Dalam konteks ini teknologi adalah alat pembayaran digital (*e-wallet*). TPB tidak bisa menjelaskan penerimaan teknologi dari beberapa sistem tertentu. Pendekatan terbaik adalah dengan model integrasi yang tidak hanya mempertimbangkan inklusifitas tetapi mekanisme sebab akibat yang mendasarkan suatu hubungan dan juga memperlihatkan keterpahaman yang tidak bisa dijelaskan dengan teori tunggal (Ariffin *et al.*, 2021).

Hipotesis

1. Hubungan Literasi Keuangan dengan Keputusan Penggunaan *E-wallet*

Literasi keuangan yang benar akan meningkatkan seseorang guna mengendalikan uangnya, contohnya memutuskan melakukan investasi, menabung, dan memanfaatkan *e-wallet* supaya mempermudah transaksi pembayaran. Literasi keuangan dapat digunakan untuk mengetahui potensi individu untuk mengerti konsep keuangan, layanan, dan produk keuangan, juga pengelolaan sumber daya dengan mandiri di tataran keuangan (Ismanto, 2019). (Apriliana, 2020) melakukan penelitian yang menghasilkan literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif juga signifikan pada minat penggunaan gopay, dilakukan juga oleh (Awalina, 2019) yang menghasilkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif juga signifikan pada keputusan menggunakan *e-wallet*. Dari penjelasan di atas disimpulkan hipotesis 1 adalah:

H1: Terdapat pengaruh positif Literasi Keuangan dengan Keputusan Penggunaan *e-wallet*

2. Hubungan Persepsi Manfaat dengan Keputusan Penggunaan *E-wallet*

Naiknya kinerja dari pengguna, baik langsung maupun tidak membuahkan hasil manfaat yang berupa fisik dan non fisik, contohnya teknologi mampu mempercepat dan member kepuasan untuk pengguna. Di sisi lain, apabila individu menganggap teknologi tidak ada gunanya, maka individu tersebut tidak memakainya. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan penelitian (Susilo, Wahyu Tri, 2017), (Andriyanto, 2014), (Wibowo *et al.*, 2015) mengeluarkan bukti tentang manfaat yang memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat penggunaan *e-wallet*. Dari penjelasan di atas, disimpulkan hipotesis 2 adalah:

H2: Terdapat pengaruh positif Persepsi Manfaat dengan Keputusan Penggunaan *e-wallet*

3. Hubungan Persepsi Kemudahan dengan Keputusan Penggunaan *E-wallet*

Persepsi kemudahan yaitu seberapa besar individu merasa percaya dengan penggunaan teknologi mampu menghasilkan sesuatu pekerjaan yang mudah. Pengguna teknologi percaya bahwa TI ditandai dengan fleksibilitas, kemudahan pemahaman, dan kemudahan pengoperasian. Dengan demikian, persepsi kemudahan penggunaan jelas berkaitan dengan keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Karena dengan kemudahan

penggunaan sistem informasi maka akan menarik masyarakat untuk menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan penelitian (Susilo, Wahyu Tri, 2017), (Ramadhan *et al.*, 2016), (Andriyanto, 2014), (Wibowo *et al.*, 2015) yang menghasilkan tentang persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif signifikan pada penggunaan *e-wallet*. Dari penjelasan di atas, disimpulkan hipotesis 3 adalah:

H3: Terdapat pengaruh positif Persepsi Kemudahan dengan Keputusan Penggunaan *e-wallet*

4. Hubungan Persepsi Keamanan dengan Keputusan Penggunaan *E-wallet*

Keamanan merupakan suatu alat yang akan meyakinkan konsumen bahwa dapat melindungi kekhawatiran mereka dibagi menjadi beberapa karakteristik yakni integritas, ketersediaan, serta privasi yang dipakai dalam praktik teknis untuk solusi aktivitas manajemen (Aksami & Jember, 2019). Fitur keamanan seperti otorisasi dan enkripsi merupakan mekanisme penting dan dipraktikkan dalam transaksi keuangan elektronik, termasuk *e-wallet* (Al-ma & Shatat, 2011). Keputusan konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik akan sangat dipengaruhi oleh kualitas keamanan yang tersedia bagi mereka. Dalam penelitian yang dilakukan (Utami, 2017), dijelaskan bahwa selain penelitian, keamanan juga mempengaruhi minat mahasiswa pada penggunaan *e-wallet*. (Ramadhan *et al.*, 2016), menunjukkan bahwa keamanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam penggunaan *e-wallet*. Dari penjelasan di atas, disimpulkan hipotesis 4 adalah:

H4: Terdapat pengaruh positif Persepsi Keamanan dengan Keputusan Penggunaan *e-wallet*

Metode Penelitian

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen pasar tradisional di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mempergunakan *e-wallet* untuk proses transaksi pembayaran. Sampel pada penelitian ini konsumen pasar tradisional di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan *e-wallet* shopeepay sebagai proses transaksi pembayaran. Sampel penelitian ini diambil menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria yang telah peneliti tentukan. Kriteria yang dimaksud adalah konsumen pasar tradisional yang berada pada wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, konsumen yang sudah memanfaatkan *e-wallet* shopeepay sebagai proses transaksi pembayaran, konsumen pasar yang telah menggunakan *e-wallet* shopeepay lebih dari 1 tahun. Penelitian ini memperoleh sampel sebanyak 100 responden, pengambilan sampel dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner dengan pertanyaan sebanyak 20 butir berbentuk *softfile* dengan *googleform* secara langsung diberikan kepada responden untuk mempermudah akses masuk *link* dengan menggunakan *QR Code*. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner penelitian ini, uji data menggunakan SPSS versi 26.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Penelitian menggunakan variabel terikat berupa keputusan penggunaan *e-wallet*, sementara variabel bebas ada literasi keuangan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, serta persepsi keamanan. Untuk masing-masing indikator dari kuesioner penelitian ini memakai skala likert yang terdiri dari 1-5 *point*.

Keputusan penggunaan

Keputusan penggunaan merupakan sebutan lain untuk keputusan pemakaian yang merupakan bagian dari perilaku konsumen. Definisi dari perilaku konsumen merupakan tingkahlaku seseorang yang terlibat langsung dalam mengevaluasi, memakai, serta menentukan sesuatu yang digunakan. Keputusan untuk menggunakan *e-wallet* dapat disertai dengan minat seseorang menggunakan *e-wallet* sebagai proses transaksi sehingga seseorang akan terus menerus mencoba dan menggunakan sampai menemukan yang diinginkan (Wildan, 2019).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan beragam proses yang dibuat guna menambah pengetahuan, keterampilan, serta rasa percaya diri individu untuk dapat mengelola keuangan pribadinya dengan lebih baik.

Menurut (Ramadhani, 2019), literasi keuangan dapat diukur dari indikator berikut:

1. Wawasan umum mengenai keuangan
2. Pemahaman pengelolaan keuangan
3. Pemahaman dalam menyimpan maupun menginvestasikan keuangan
4. Pengetahuan mengenai risiko keuangan

Persepsi Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang digunakan untuk membantu aktivitas pengguna agar bernilai efektif dan efisien (Prasanti, 2021). Sementara itu *e-wallet* adalah terobosan sebagai jalan lain metode pembayaran yang tidak mengharuskan seseorang membawa uang tunai, cukup ponsel atau kartu sebagai media pembayaran (Latief *et al.*, 2021). Pemahaman keduanya dapat mengarah pada *e-wallet* adalah terobosan baru mengenai alat pembayaran non tunai yang dapat membantu masyarakat. Definisi dari persepsi merupakan besarnya kepercayaan individu pada penggunaan teknologi dalam peningkatan kinerja kerja mereka.

Menurut (Morris & Venkatesh, 2000), persepsi pengguna tentang manfaat teknologi bisa dilakukan pengukuran dengan indikator di bawah:

1. Menggunakan teknologi meningkatkan produktivitas
2. Menggunakan teknologi meningkatkan kinerja
3. Menggunakan teknologi meningkatkan efisiensi pengguna
4. Penggunaan teknologi dapat membawa manfaat bagi individu

Penelitian dilakukan guna mengetahui manfaat yang dirasakan pengguna *e-wallet* terutama masyarakat pedagang pasar tradisional sehingga dapat mempengaruhi minat untuk menggunakan *e-wallet*.

Persepsi kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan teknologi diartikan menjadi rasa yakin masyarakat saat menggunakan teknologi mampu dipahami dan digunakan dengan mudah (Prasanti, 2021). Mudahnya menggunakan berarti teknologi informasi dapat mempersingkat waktu dan tenaga ketika seseorang belajar atau menggunakannya (*free of effort*).

Menurut (Morris & Venkatesh, 2000) persepsi individu terhadap kemudahan teknologi bisa dilakukan pengukuran dengan indikator di bawah:

1. Interaksi pengguna dengan layanan *e-wallet* mudah untuk dimengerti
2. Layanan sistem *e-wallet* mudah untuk digunakan
3. Penggunaan *e-wallet* tidak diperlukan *efort* yang besar
4. Pengoperasian *e-wallet* mudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna

Persepsi keamanan

Persepsi keamanan didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang dalam melakukan transaksi non tunai dengan menggunakan teknologi yang mendukung transaksi pembayaran. Tentu saja, ada risiko keamanan dari penggunaan *e-wallet*. Bentuk risiko ini adaah pencurian, penggandaan kartu, berubahnya data dan lainnya. Menurut (Waspada, 2012), persepsi pengguna terhadap keamanan teknologi bisa dilakukan pengukuran dengan indikator di bawah:

1. Individu merasa percaya akan memberikan informasi
2. Keyakinan bahwa informasi tersebut terlindungi
3. Percaya akan keamanan uang di perangkat elektronik terjamin pada saat bertransaksi

4. Yakin akan akurasi layanan dan ketepatan waktu pelayanan

Analisis dan Pembahasan

Hasil Pengujian Instrumen

Analisis statistik deskriptif variabel memiliki tujuan guna menggambarkan variabel dalam penelitian dari sampel yang digunakan. Variabel pada penelitian bisa diamati pada table1:

Tabel 1. Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Standard Deviation
Literasi Keuangan	100	11	20	16.05	1.997
Persepsi Manfaat	100	12	24	20.20	2.712
Persepsi Kemudahan	100	13	20	17.11	1.797
Persepsi Keamanan	100	8	15	12.82	1.617
Keputusan Penggunaan e-wallet	100	10	20	16.34	1.897

Sumber: SPSS Versi 26

Uji validitas menggunakan teknik korelasi *bivariate pearson product moment* untuk mengetahui valid tidaknya data kuesioner yang diperoleh sampai dengan 100 responden. Pernyataan valid jika probabilitas $< 0,05$ atau r hitung $>$ nilai r tabel dengan taraf signifikansi 5%. Penelitian ini menunjukkan bahwa setiap variabel literasi keuangan, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan keputusan menggunakan *e-wallet* adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dari Variabel Literasi Keuangan

Variabel	Item Pertanyaan	Rhitung	Sig.
Literasi Keuangan	X _{1.1}	0,673**	0,000
	X _{1.2}	0,794**	0,000
	X _{1.3}	0,754**	0,000
	X _{1.4}	0,725**	0,000

Sumber: SPSS Versi 26

Hasil pengujian reliabilitas dalam Tabel 3 seluruh variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai yang diperlukan terpenuhi, yaitu nilai Cronbach Alpha $> 0,7$.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Literasi Keuangan	0,718
Persepsi Manfaat	0,741
Persepsi Kemudahan	0,726
Persepsi Keamanan	0,705
Keputusan Penggunaan E-wallet	0,701

Sumber: SPSS Versi 26

Tabel 4. Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Asymp. Sig. (2-tailed)	.511
------------------------	------

Sumber: SPSS Versi 26

Hasil uji normalitas digunakan dalam menguji variabel dependen dengan variabel

independen atau keduanya dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak normal, dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan taraf signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2016). Dari data hasil dapat dilihat bahwa nilai sig sebesar $0,511 > 0,05$, dan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas penelitian ini menunjukkan nilai sig $0,511 > 0,05$, jadi model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan	.639	1.565
Persepsi Manfaat	.613	1.633
Persepsi Kemudahan	.706	1.416
Persepsi Keamanan	.731	1.368

Sumber: SPSS Versi 26

Uji multikolinearitas dirancang guna mengetahui adapak ada hubungan antar variabel bebas pada suatu model regresi. Model yang baik seharusnya tidak terdapat hubungan antar variabel bebas. Guna menilai kejadian multikolinearitas, bisa diamati dari nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa untuk nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 ataupun nilai dari VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas dibuat guna melakukan uji adanya varians tidak nyaman dalam residual di sebuah pengamatan ke pengamatan lain yang menggunakan model regresi. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot*. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa tidak ada pola tertentu pada sumbu y dan terdistribusi kurang dari dan lebih dari nol, serta bisa dibuat kesimpulan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t	Sig.	Ket.
Konstanta	0,114	0,084	0,933	
Literasi Keuangan	0,294	3,912	0,000	Diterima
Persepsi Manfaat	0,158	2,790	0,006	Diterima
Persepsi Kemudahan	0,274	3,442	0,001	Diterima
Persepsi Keamanan	0,283	3,264	0,002	Diterima
F= 38,701				
Sig. F = 0,000				
Adj. R Square = 0,604				
Signifikansi < 5%				

Sumber: SPSS Versi 26

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan menggunakan *e-wallet*, dibuktikan dengan besarnya nilai t-hitung (3,912) dan nilai signifikansi (0,000) kurang dari 0,05. Oleh karena itu kesimpulannya adalah Hipotesis 1 didukung. Menurut (Ismanto, 2019), literasi keuangan mampu membuat gambaran kemahiran individu dalam memahami konsep keuangan, produk, serta layanan keuangan dan pengelolaan sumber daya keuangan. Literasi keuangan dapat mempengaruhi kendali seseorang dalam menggunakan uang yang dimiliki dalam bertransaksi, termasuk untuk melakukan pembelian. Pengetahuan keuangan yang baik dari pengguna *e-wallet* mendorong mereka untuk

senantiasa menggunakan layanan *e-wallet* dalam bertransaksi karena dinilai memudahkan proses pembayaran.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan persepsi manfaat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan penggunaan *e-wallet*, dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 2,790 dan hasil nilai signifikansi 0,006 kurang dari 0,05. Oleh karena itu kesimpulannya adalah Hipotesis 2 didukung. Menurut (Jogiyanto H.M., 2010), persepsi manfaat sangat erat kaitannya dengan kinerja yang dapat dicapai oleh jasa tersebut. Teknologi dompet elektronik diyakini dapat memberikan manfaat positif bagi transaksi finansial antara pembeli dan penjual. Pengguna merasakan manfaat teknologi *e-wallet* untuk mendukung dan memenuhi kebutuhan transaksi secara efisien

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan menggunakan *e-wallet*, dibuktikan dengan nilai t-hitung 3,442 dan hasil nilai signifikansi 0,001 kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, hipotesis 3 didukung. Menurut (Fajrina, 2021), persepsi kenyamanan adalah ukuran persepsi masyarakat bahwa menggunakan *e-wallet* tidak memerlukan banyak usaha untuk mengoperasikannya. Penggunaan *e-wallet* untuk pembayaran di pasar tradisional diyakini dapat mempermudah proses transaksi. Hasil ini selaras seperti yang dilaksanakan (Susilo, Wahyu Tri, 2017), yang menunjukkan bahwa kenyamanan yang dirasakan pengguna memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam menggunakan *e-wallet*.

Hasil pengujian hipotesis keempat menghasilkan tentang persepsi keamanan memperoleh pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan penggunaan *e-wallet*, pembuktiannya yaitu nilai t-hitung sebesar 3,264 dan hasil nilai signifikansi 0,002 kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa, hipotesis 4 didukung. Menurut (Pavlou, 2001), penilaian keamanan layanan sistem informasi terkait dengan keyakinan subjektif seseorang tentang validitas atau otorisasi data. Rasa aman menjadi faktor penting bagi pengguna untuk memutuskan menggunakan layanan pembayaran elektronik dompet elektronik.

Simpulan dan Saran

Penelitian terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* yang dilakukan pada pasar tradisional Kota Yogyakarta menghasilkan variabel literasi keuangan, persepsi kemanfaatan, kemudahan, serta keamanan memiliki pengaruh yang positif juga signifikan pada keputusan penggunaan *e-wallet*. Sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima dan terdukung.

Keterbatasan pada penelitian ini antara lain peneliti memperoleh data hanya dengan mendistribusikan secara langsung kuesioner kepada responden dengan *google form* tidak disertai wawancara sehingga dimungkinkan responden kurang cermat dalam menjawab pertanyaan. Penelitian ini dilakukan terbatas hanya pada pasar tradisional di Kota Yogyakarta saja.

Saran untuk peneliti selanjutnya meneliti variabel lain yang mungkin mempengaruhi penggunaan *e-wallet* dalam transaksi pembayaran. memperluas populasi dan sampel atau perbandingan antar provinsi supaya dapat memberikan gambaran mengenai tingkat penggunaan *e-wallet* dimasing-masing provinsi melakukan wawancara langsung kepada responden diperoleh data penelitian yang nyata, jelas, dan akurat.

Referensi

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Aksami, N. M. D., & Jember, I. M. (2019). Analisis minat penggunaan layanan e-money pada masyarakat kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*, 8(9), 2439–2470.
- Al-ma, M., & Shatat, A. (2011). Empirical study in the security of electronic payment systems. *International Journal of Computer Science Issues*, 8(4), 393–401.

- Andriyanto, Y. (2014). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, Persepsi risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan Rekening ponsel (studi kasus pada nasabah cimb niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk*, 564, 1–73.
- Apriliana, R. marisa. (2020). *Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay : Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*.
- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(3). <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>
- Awalina, M. (2019). Pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server di kalangan mahasiswa dalam perspektif islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 2–71.
- Bank Indonesia. (2019). Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 - Menavigasi Sistem Pembayaran Nasional di Era Digital. *Bank Indonesia*.
- BPS. (2019). *Sebaran pasar dan pusat perdagangan menurut klasifikasi 2019*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/173/1875/1/sebaran-pasar-dan-pusat-perdagangan-menurut-klasifikasi.html>
- Elsa Silaen, B. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Ilmu Administrasi Bisnis, Vol 8 NO 4*, 1–9.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program ibm spss 23* (edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismanto, H. (2019). *Perbankan dan Literasi Keuangan* (Pertama). CV Budi Utama.
- Jogiyanto H.M. (2010). *Sistem teknologi keperilakuan*. Andi Offset.
- Latief, F., Dirwan, & Idris, M. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePAY. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 157–166.
- Morris, M., & Venkatesh, V. (2000). Why don't men ever stop to ask for directions? Gender , social influence , and their role in technology acceptance and usage behavior. *MIS Quarterly*, 1203000668.
- Pavlou, P. A. (2001). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce, Vol. 7 No.*, 101–134.
- Pradnyanawati, N. K. Y., & Westra, I. K. (2019). Penerapan transaksi non tunai di pasar Badung dalam mendukung tata kelola pasar modern. Kertha Semaya : *Journal Ilmu Hukum*, 7(10), 1–14.
- Prasanti, E. (2021). Pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan e-money. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi mahasiswa dalam menggunakan e-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, N., & Vidyasari, R. (2020). Analisa pengaruh daya tarik promosi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan terhadap minat penggunaan e-wallet. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126–134. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2493>
- Sasmita, M. H. H., & Afrianto, I. (2019). Purwarupa sistem transaksi non tunai di pasar tradisional berbasis e-wallet dan QR-code. *Elibrary Unikom*, 1(1).

- Susilo, Wahyu Tri, Maya Ariyanti dan Sumrahadi. (2017). Pengaruh daya tarik promosi, persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan harga terhadap minat beli e-toll card mandiri. 4(1), 25–31.
- Utami, S. S. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-money (studi pada mahasiswa Stie Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.
- Waspada, I. (2012). Percepatan adopsi sistem transaksi teknologi informasi untuk meningkatkan aksesibilitas layanan jasa perbankan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 16(1), 122–131.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card (studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet ovo di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Wildan, M. (2019). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology (fintech). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*.