

Research Article

Analyze Factors That Affecting People Using E-wallet Service with Government Support and Perceived Security: TRA Approach

Denny Bastian¹, Guntala P. O. Pratama², Risky Faris Saputra³

Abstract

Perkembangan e-wallet di Indonesia didukung dengan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi setiap individu dalam menggunakan e-wallet untuk kehidupan sehari-hari. Dengan mengembangkan limitasi *framework* faktor penggunaan e-wallet, penelitian ini mengembangkan faktor yang ada untuk melihat masing-masing pengaruh terhadap *use of e-wallet* di Indonesia. Data yang berhasil dikumpulkan dari online kuesioner sebanyak 224 responden dengan menggunakan metode analisis PLS-SEM. Dari Penelitian yang telah dilakukan ternyata *social influence* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* sedangkan *government support* dan *perceived security* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*, dan yang terakhir *behavioral intention* memiliki pengaruh positif terhadap *use of e-wallet*.

Keywords: *Social Influence, Perceived Security, Government Support, Behavioral Intention, Use of E-Wallet, Theory of Reasoned Action, Factor Use of E-wallet Framework*

¹ Master of Business Management Department, Bina Nusantara University, Tangerang, Indonesia

² Master of Business Management Department, Bina Nusantara University, Tangerang, Indonesia

³ Master of Business Management Department, Bina Nusantara University, Tangerang, Indonesia

Introduction

Perkembangan teknologi yang saat ini semakin pesat tengah mengubah seluruh aktivitas ekonomi di dunia, khususnya dalam hal bertransaksi. Masyarakat secara global, sebagian besar dalam melakukan transaksi telah bergeser dengan menggunakan internet banking. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi para pelaku bisnis untuk menjawab solusi kebutuhan yang tepat dari perkembangan teknologi. Fintech merupakan suatu metode yang berpusat pada seluler sebagai alat untuk pembayaran secara digital dengan salah satu produk yang menjadi tren saat ini yaitu E-wallet. Pada penelitian sebelumnya, terbukti E-wallet telah diterima dengan baik oleh masyarakat di dunia termasuk Indonesia. Hal ini terbukti dengan perusahaan startup fintech di Indonesia yang telah berhasil memasuki pasar dan mampu meraih lonjakan pengguna terutama pada kaum milenial. Diketahui bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi ketertarikan pengguna untuk menggunakan produk fintech adalah kenyamanan dan kemudahan serta terdapat banyak penawaran menarik. Namun badan riset IPSOS (2020) yang telah melakukan riset terhadap pasar E-wallet di Indonesia, menyatakan bahwa generasi milenial akan tetap menggunakan E-wallet meskipun tidak ada promo. Beberapa faktor yang telah dipaparkan oleh IPSOS seperti keamanan, praktis, inovasi, kualitas layanan, serta ketersediaan produk telah menjadi alasan utama dalam menggunakan E-wallet. Menurut Bank Indonesia (2020) lonjakan pengguna dan transaksi uang elektronik mulai terjadi sejak 2015 yaitu dengan 500 ribu pengguna dan 535 juta rupiah, 2016 dengan 800 ribu pengguna dan 683 juta rupiah, 2017 dengan 1.7 juta pengguna dengan 943 juta rupiah, 2018 dengan 6.5 juta pengguna dan 47.2 miliar rupiah, 2019 dengan 11 juta pengguna dan 526 miliar rupiah, 2020 dengan 14 juta pengguna dan 127 miliar rupiah. Dari data tersebut terlihat bahwa lonjakan terbesar berada pada tahun 2018-2019 dan mulai menurun pada tahun 2019-2020. Hal ini membuktikan bahwa perilaku pengguna E-wallet telah berubah, yang pada awalnya adalah faktor ketertarikan menjadi gaya hidup. Sebagai perusahaan layanan keuangan tradisional, bank tentu mengetahui akan pentingnya *user experience*, dan beberapa dari mereka telah meningkatkan daya saing serta *market share* dengan cara melakukan akuisisi atau bekerja sama dengan perusahaan fintech.

Pada tahun 2017, tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap pemerintah meningkat hingga 80% (katadata.com). Nilai tersebut diukur berdasarkan beberapa faktor antara lain, pemerintah dapat diandalkan, cepat tanggap, adil serta mampu melindungi masyarakat dari berbagai macam resiko sekaligus melayani masyarakat secara efektif. Pada tahun 2020 pandemi COVID-19 telah menyebar di berbagai negara termasuk Indonesia yang mengakibatkan pemerintah untuk menerapkan kebijakan PSBB dan *Work From Home* demi mengurangi rantai penyebaran virus corona. Dilansir dari Kompas.com, hal ini menyebabkan adanya perubahan kebiasaan dalam bertransaksi dimana masyarakat akan lebih mengarah terhadap transaksi berbasis teknologi. Oleh karena itu, masyarakat akan lebih memanfaatkan e-commerce yang didukung oleh pembayaran melalui e-wallet. Menurut Hidranto (2020) Adapun faktor *government support* yang menjadi Salah satu bentuk yang mendukung e-wallet misalnya menerapkan sistem pembayaran gaji melalui transfer ke e-wallet. Berdasarkan fakta tersebut, penulis tertarik untuk mengukur seberapa besar faktor *government support* terhadap *behavioral intention to use e-wallet* di Indonesia. Dilansir dari Republika (2021), adapun faktor pengaruh *social influence* terhadap *behaviour intention*

terhadap penggunaan E-Wallet pada masa Covid-19 pada tahun 2020 ini dengan dukungan dan rekomendasi pihak keluarga demi mengurangi penggunaan alat tunai untuk mencegah penyebaran Covid-19 bahkan mengalami kenaikan dari tahun lalu sebanyak 93%. Kemudian menurut Elmira (2021), faktor dari *perceived security* selama covid 19 terhadap perilaku masyarakat yang lebih menjaga untuk tidak bersentuhan ataupun bertukar uang tunai demi mengurangi penyebaran covid 19 dan memilih untuk menggunakan E wallet.

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, studi ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi faktor apa saja yang dapat mendorong perilaku setiap individu dalam menggunakan e-wallet service semasa Covid 19 di Indonesia. Dikarenakan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Junadi (2015) memiliki tujuan yang sama tetapi penelitian ini dilakukan di luar Indonesia, adapun perbedaan infrastruktur dan cara penggunaan E-Wallet yang berbeda di tiap negara maka penelitian ini harus dilakukan kembali. Selain itu, diketahui *Theory of Reasoned Action* telah banyak digunakan pada penelitian sebelumnya. Namun, berdasarkan laporan Chong, Ooi, Lin, & Tan (2010) dari jurnal Sánchez-Torres, Sandoval, & Alzate (2018) diketahui penelitian tentang hubungan antara *government support* dengan penerimaan *use of E-banking* di negara-negara Asia masih cukup terbatas. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis menggunakan model *Theory of Reasoned Action* (TRA) karena model tersebut akan menjelaskan faktor penyebab setiap individu untuk menggunakan E-Wallet di Indonesia berdasarkan sikap dan perilaku dari faktor *social influence*, *government support*, dan *perceived security* sebagai variabel independent, serta *behavioral intention* sebagai variabel mediasi dan yang terakhir variabel *use of E Wallet* sebagai variabel dependent.

Literature Review

2.1 Theory of Reasoned Action (TRA)

Pada awalnya, *Theory of Reasoned Action* telah dikemukakan oleh Fishbein pada tahun 1967, dimana teori tersebut digunakan untuk menjelaskan perilaku setiap individu berdasarkan niat perilaku dan sikap masa lalu yang telah dilakukan. Kemudian pada tahun 1975, TRA dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Mereka menemukan bahwa *Theory of Reasoned Action* merupakan teori yang memaparkan setiap perilaku individu yang terbentuk atas dasar sikap dan norma subjektif yang dirasakan. Didalam TRA terdapat beberapa konstruk diantaranya *attitude towards the behaviour* dan *subjective norms* sebagai konstruk yang mempengaruhi. Sedangkan pada konstruk yang dipengaruhi diantaranya *behavioral intention* dan *actual use*. Fishbein dan Ajzen (1975) dalam jurnal Jay Trivedi (2016) mendefinisikan *behavioural intention* sebagai tingkat dimana setiap individu ingin melakukan perilaku tertentu. Fishbein dan Ajzen (1975) juga menjelaskan bahwa *subjective norms/social influence* adalah kondisi dimana persepsi dari orang lain yang berhubungan dapat mempengaruhi suatu subjek atau individu tertentu secara signifikan.

2.2 Government Support

Hu, Ding, Li, Chen, & Yang, (2019) berpendapat bahwa *government support* merupakan faktor yang paling penting diantara para pengguna dalam mengadopsi fintech dikarenakan pemerintah memiliki kredibilitas tinggi serta dana yang cukup untuk mendorong lembaga

keuangan agar dapat mengembangkan dan menawarkan produk atau layanan fintech yang aman dan terpercaya. Selain itu, pada penelitian sebelumnya, pemerintah memiliki peran penting sebagai regulator kebijakan yang ditujukan untuk rakyatnya. Menurut Guild (2017) fintech memiliki potensi untuk memperluas layanan keuangan kepada ratusan juta orang yang saat ini belum dapat mengaksesnya dengan dukungan pemerintah untuk membuat kebijakan dan aturan yang saling melengkapi.

2.3 Perceived Security

Menurut Marimuthu, & Roseline (2020) dari jurnal Karim, Haque, Ulfy, Hossain, & Anis, (2020) e-wallet mendapatkan popularitasnya karena menawarkan kemudahan dalam bertransaksi namun kurangnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat menyebabkan kekhawatiran bertransaksi karena isu terhadap security merupakan faktor utama yang harus dipikirkan kembali. Gitau & Nzuki (2014) mengatakan customer kemungkinan tidak percaya dengan information system provider dan mereka akan menolak untuk melakukan transaksi menggunakan e-wallet kecuali mereka terlibat dengan privacy dan security. Hal tersebut juga didukung oleh pernyataan Singh (2014) dalam jurnal Osman, Ing, Razli, & Rick (2020) menyatakan bahwa unbanked transaction akan beralih ke elektronik apabila terdapat security dan kenyamanan yang cukup tersedia pada sistem oleh karena itulah faktor *perceived security* menjadi hal yang harus diperhatikan dalam melakukan penelitian ini.

2.4 Social Influence

Vankatesh, et al (2012) & Slade, Dwivedi, Piercy, & Williams (2015) telah mendefinisikan social influence sebagai sejauh mana individu lain menganggap bahwa penggunaan teknologi itu penting dan harus menggunakan teknologi tersebut. Dengan kata lain, social influence terjadi pada saat perilaku pengguna dipengaruhi oleh suatu komunitas di masyarakat. Kiseol & Judith (2013) dalam jurnal Prabhakaran & Vasantha (2020) juga berpendapat bahwa social influence telah menjadi konstruk yang signifikan yang mendorong motivasi konsumen untuk menggunakan E-Wallet. Kemudian Dahlberg, Mallat, Ondrus, Zmijewska (2008) pada jurnal Mun, Khalid, & Nadarajah (2017) mengatakan bahwa pada saat proses penilaian *technology acceptance*, hal yang perlu dipertimbangkan adalah *social influence* yang membuat keputusan hal ini dikarenakan Menurut Schierz, Schilke, & Wirtz (2010) calon pengguna akan menggunakan teknologi baru karena mendapatkan keyakinan dari orang-orang sekitar oleh karena itu faktor *sosial influence* menjadi hal yang penting untuk dibahas.

2.5 Behavioral Intention

Menurut Ajzen (1988) dalam jurnal Karim et al (2020) *behavioral intention* mencerminkan bagaimana seseorang akan mengambil tindakan di masa depan dalam mencapai tujuannya pada periode tertentu. Menurut Sunny & George (2018) behavioral intention adalah ketika konsumen dengan niat yang lebih tinggi untuk mengadopsi sebuah teknologi baru yang memiliki kemungkinan besar akan menjadi pengadopsi dan akan merekomendasikan teknologi tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, kemudahan teknologi membuat media menjadi lebih mudah untuk mengekspresikan opini yang dimiliki oleh diri mereka sendiri dan pengalaman tentang layanan pembayaran seluler, produk, dan teknologi. Menurut Oliveira, Thomas, Baptista, & Campos (2016) konsumen yang merasa terpuaskan harapannya ketika

menggunakan suatu teknologi yang baru akan memberikan pengaruh signifikan terhadap orang lain untuk dapat menggunakan teknologi baru.

2.6 Use of E-wallet

Rosnidah, Munah, Musyaffi, & Siregar (2019) dalam jurnal Karim et al. (2020) berpendapat bahwa e-wallet telah mendapatkan popularitasnya dengan cara menyediakan sejumlah besar layanan pada sector riding, food delivery, dan bill payment. Menurut Al-Ghatani (2001); & Davis (1989) dalam jurnal Phan, Ho, & Le-Hoang (2020) use of information system merupakan indicator dari kesuksesan sebuah teknologi aplikasi. Kemudian pada jurnal yang sama, Kim & Gyo (2008) berpendapat bahwa salah satu cara yang paling efektif dalam menganalisis actual use behavior adalah dengan melihat frekuensi dari banyaknya penggunaan teknologi. Selain itu, penggunaan e-wallet memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi terhadap e-commerce. Uddin, & Akhi (2013) dalam jurnal Karim, et al. (2020) berpendapat bahwa transaksi menggunakan e-wallet merupakan transaksi yang paling menonjol saat ini, karena layanan tersebut menawarkan kemudahan dalam bertransaksi, fleksibilitas dan perlindungan yang terjamin. Menurut Rosnidah, Muna, Musyaffi, & Siregar (2019) Ini tidak hanya menguntungkan bagi pembeli saja tetapi para pedagang juga menerima e-wallet sebagai metode pembayaran dikarenakan proses transaksi tercepat, manajemen kas yang efisien dan biaya tenaga kerja yang lebih sedikit (Hayashi, & Bradford, 2014).

Hypothesis Development

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Mun, et al (2017) mereka menemukan bahwa *social influence* memiliki hubungan terhadap *consumers' intention to use mobile payment service*. Mun, et al (2017) mendefinisikan *social influence* sebagai individu yang memiliki persepsi bahwa orang-orang yang berharga baginya melakukan atau mempengaruhi perilaku yang akan maupun tidak akan melakukan tindakan oleh individu tersebut untuk menggunakan *mobile payment*. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Park, et al. (2019) juga menunjukkan hasil bahwa *social influence* berpengaruh secara signifikan dan positif dalam memperkuat keuntungan berganda dari layanan *mobile payment* diantara para calon pengguna. Oleh karena itu, Slade, et al. (2015) dalam jurnal Park, et al (2019) juga menegaskan, bahwa tekanan social serta pendapat orang lain, dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan seseorang.

H1: *Social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Sánchez-Torres, et al. (2018) *government support* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use e-banking* di Colombia. Pada penelitian tersebut, mereka menemukan bahwa kebijakan pemerintah dibentuk agar dapat mendorong penggunaan *channel e-banking* agar lebih bermakna, dimana kebijakan tersebut meliputi internet yang lebih murah, kebijakan keamanan web, serta undang-undang perlindungan konsumen. Aji, H. M., Berakon, I., & Husin, M. M. (2020) juga telah menemukan bahwa *government support* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet* di negara Malaysia, namun untuk di Indonesia *government support* tidak berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet*. Hal ini disebabkan oleh *political system* yang

berbeda antara kedua negara tersebut. Selain itu, mereka juga menyatakan bahwa meskipun negara Malaysia dan Indonesia memiliki sejarah dan budaya yang mirip, namun *consumer behaviors* kedua negara tetap berbeda.

H2: *Government support* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

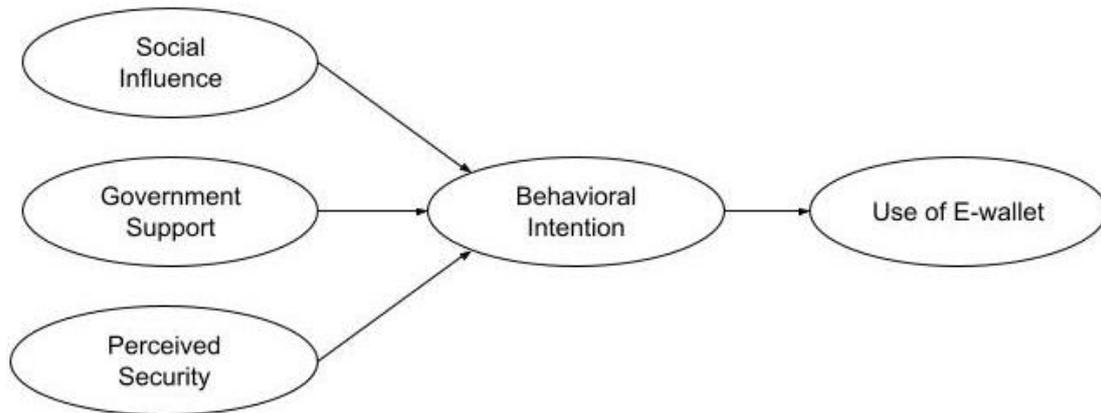
Menurut Donald & Remy (2012) dalam jurnal Phan, et al. (2020) *security* dari *e-wallet* merupakan suatu tingkat dimana *customer* percaya bahwa pada saat mereka menggunakan sebuah *payment method via mobile application* akan selalu aman. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Zhou (2011) juga telah menemukan bahwa *perceived security* berdampak positif terhadap *initial trust*. Ia juga menyatakan bahwa *perceived security* memiliki pengaruh yang kuat terhadap *user adoption* sehingga *mobile service provider* perlu mekanisme yang kuat dalam kecenderungan, reputasi serta kelembagaan agar dapat memperoleh kepercayaan dari para pengguna. Milberg, Smith, & Lack (2000) dalam jurnal Karim, et al. (2020) berpendapat bahwa kurangnya tingkat *security* dan *privacy* merupakan salah satu isu yang dapat membuat *customer* tetap berada di posisi bahwa mereka tidak akan membeli suatu produk kecuali mereka bisa mendapat jaminan bahwa mereka terlindungi.

H3: *Perceived security* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Menurut Zhao, et al (2010) dalam jurnal Karim, et al (2020) *intention* dapat didefinisikan sebagai tindakan yang ingin dicapai oleh suatu individu. Dimana Fishbein, et al. (1975) dalam jurnal Karim, et al (2020) juga berpendapat bahwa tindakan tersebut akan mencerminkan perilaku individu di masa yang akan datang. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Onibala, et al. (2021) menemukan hasil bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan E-kinerja. Onibala, et al (2021) berpendapat bahwa seseorang akan menggunakan sebuah teknologi baru apabila seseorang yang menggunakan teknologi tersebut memiliki keyakinan bahwa teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja, mempermudah, serta dapat mempengaruhi lingkungan sekitarnya. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Yahaya & Ahmad (2019) memiliki hasil bahwa *asnaf behavioral intention to use mobile banking* memiliki pengaruh positif terhadap *usage behavior* dalam menggunakan *mobile banking* sebagai distribusi zakat. Phan, et al. (2020) juga menemukan hasil yang sama yaitu *behavioral intention* memiliki pengaruh yang positif terhadap *actual usage*. Vanketesh, et al (2003) memaparkan bahwa pada saat melakukan penelitian tentang *intention to use e-wallet* maka konten yang perlu difokuskan ada dalam skala niat penggunaan, rencana penggunaan, serta prediksi penggunaan dari sebuah sistem.

H4: *behavioral intention* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *use e-wallet*.

Berdasarkan hipotesis yang telah dikembangkan, maka model penelitian ini adalah sebagai berikut.



Research Method

Data kuisioner dikumpulkan melalui *online* kuisioner (Google Form) yang telah disebarakan kepada 224 responden. Demi mencapai tujuan dari penelitian ini, penulis telah memilah responden yang memenuhi kriteria, diantaranya yaitu berdomisili di Jakarta dan Tangerang. Peneliti memilih lokasi tersebut dikarenakan menurut data Bank Indonesia (2020) pengguna terbanyak terbesar digital e-wallet terdapat pada ibu-kota untuk saat ini yaitu Jakarta. Selain itu, penulis juga memilih kota Tangerang karena melihat dari perkembangan 5 tahun terakhir Tangerang menjadi salah satu kota yang cukup cepat perkembangannya, sehingga sangat memungkinkan banyaknya pengguna dari kota tersebut. Lalu kriteria selanjutnya adalah responden yang menggunakan e-wallet dua kali dalam seminggu karena hal tersebut menunjukkan bahwa adanya penggunaan e-wallet yang berulang dalam seminggu sehingga mencerminkan bahwa pengguna tersebut merupakan pengguna yang update dengan perkembangan e-wallet yang ada karena melakukan penggunaan konstant setiap minggu. Dengan demikian, total responden yang memenuhi kedua kriteria tersebut adalah sebanyak 127 responden. Kemudian selanjutnya adalah demografi dari para responden yaitu usia dan pekerjaan. Lalu, para responden juga akan mengisi pertanyaan yang berhubungan dengan variabel-variabel pada penelitian ini. Selain itu, alat yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk pada penelitian ini adalah 5 point skala likert mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

Penelitian terdiri dari 5 konstruk dengan memastikan masing-masing dari indikator menggambarkan situasi yang aktual serta dapat memenuhi konteks dari penelitian ini. Diketahui, setiap variabel terdiri dari 5 indikator pengukuran untuk *social influence* yang diambil dari Perk et al. (2019), *government support* yang didapat dari Marakarkandy, et al. (2017) dalam jurnal Hu, et al. (2019) dan Wong et al. (2020), *perceived security* didapat dari Phan et al. (2020) dan Luarn & Lin (2005), dan Parasuraman, (2005) dalam jurnal Shierz, et al. (2010), *behavioural intention* didapat dari Park et al. (2019) dan Han (2020), serta *use of e-wallet* didapat dari Grabner-Kr Uter, Faullant, (2008) dalam jurnal Hu, et al. (2019) dan Sing et al. (2020).

Data yang telah didapatkan, selanjutnya akan dilakukan proses perhitungan menggunakan metode PLS-SEM dan software yang digunakan adalah SmartPLS. Dalam mengevaluasi *outer model*, maka dibutuhkan tes validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Didalam uji

validitas, dibutuhkan untuk memeriksa *convergent validity* dan *discriminant validity*. Menurut Hair, Ringle & Sarstedt (2011) apabila indikator memiliki nilai yang memuat diatas 0.5 dan konstruk memiliki nilai *Average Variance Extracted* diatas 0.5 maka indikator tersebut dianggap telah memenuhi kriteria untuk *convergent validity*. Selain itu, pada penelitian ini akan mengukur konsistensi internal reliabilitas dengan digunakan *composite reliability*. Menurut Hair et al. (2011) nilai yang diharapkan dari *composite reliability* yaitu menghasilkan nilai lebih dari 0.60. Didalam evaluasi struktural model, hubungan antar konstruksi akan diamat dari hasil uji *one-tailed*, dimana pada *t-value* diharapkan akan lebih tinggi dari 1.65 dan *p-value* kurang dari 0.05. Sedangkan hubungan kausal antar variabel independen dan variabel dependen akan diamati melalui besarnya efek pada jalur *coefficient* dan *R-squared* yang akan menilai seberapa akurat model yang digunakan dalam memprediksi.

Data Analysis

Setelah *screening* terhadap 224 responden, selanjutnya adalah melakukan analisis dengan menggunakan metode PLS-SEM melalui software SmartPLS. Berdasarkan data yang didapatkan dari kuisisioner pada pertanyaan bagian demografi, diketahui responden yang tinggal di Jakarta terdiri dari 98 orang dan responden yang tinggal di Tangerang sebanyak 95 orang. Kemudian responden dengan range usia paling banyak adalah berusia kurang dari 29 tahun yaitu sebanyak 199 responden, sedangkan untuk range usia 29-60 tahun adalah 25 responden. Kemudian masing-masing pekerjaan responden yang telah mengisi kuisisioner pada penelitian ini diantaranya adalah karyawan sebanyak 108 responden, student sebanyak 53 responden, entrepreneur sebanyak 34 serta pekerjaan lainnya sebanyak 29. Sementara itu, diketahui responden yang menggunakan e-wallet dua kali dalam seminggu adalah sebanyak 127 responden sehingga angka tersebut merupakan total responden yang telah memenuhi kriteria pada penelitian ini. Berikut adalah tabel perhitungan validitas dan reliabilitas terhadap masing-masing konstruk.

Tabel 1. Reliability and Convergent Validity Result

Variabel	Item	Factor Loading (>0.50)	Composite Reliability (>0.06)	AVE (>0.5)
Social Influence	SI1	0.730	0.891	0.662
	SI2	0.762		
	SI3	0.835		
	SI4	0.782		
	SI5	0.829		
	GS1	0.823		
	GS2	0.893		

Government Support	GS3	0.912	0.937	0.749
	GS4	0.863		
	GS5	0.832		
Perceived Security	PS1	0.722	0.895	0.632
	PS2	0.832		
	PS3	0.860		
	PS4	0.821		
	PS5	0.731		
Behavioural Intention	BI1	0.939	0.956	0.880
	BI2	0.931		
	BI3	0.943		
Use of E-wallet	UE1	0.891	0.947	0.783
	UE2	0.884		
	UE3	0.902		
	UE4	0.870		
	UE5	0.876		

Berdasarkan hasil perhitungan validitas dan reliabilitas pada tabel 1, maka diketahui bahwa seluruh konstruk yang ada dalam penelitian ini merupakan data dapat diandalkan konsistensinya yaitu dengan nilai reliabilitas antara 0.891 dan 0.956. Namun pada saat melakukan uji *convergent validity*, terdapat 23 items yang tersisa dari 25 items yang memenuhi persyaratan untuk *factor loading* dengan nilai antara 0.722 dan 0.943 dan juga terdapat lima konstruk yang memenuhi kriteria dengan nilai AVE antara 0.632 dan 0.880.

Table 2. Discriminant Validity Result

	BI	GS	PS	SI	UE
BI	0.938				
GS	0.522	0.865			

PS	0.508	0.644	0.795		
SI	0.426	0.586	0.497	0.789	
UE	0.799	0.571	0.593	0.497	0.885

Berdasarkan hasil perhitungan *discriminant validity*, diketahui akar kuadrat masing-masing nilai AVE pada konstruk adalah melebihi korelasi antar konstruk, yang menunjukkan bahwa secara empiris masing-masing konstruk memiliki perbedaan.

Tabel 3. Hypothesis Test Result

	Path Coefficient	T Values	P Values	Conclusion
SI → BI	0.135	1.594	0.111	REJECTED
PS → BI	0.266	2.363	0.018	ACCEPTED
GS → BI	0.272	2.142	0.031	ACCEPTED
BI → UE	0.799	15.726	0.000	ACCEPTED

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis, diketahui bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*. Sedangkan pada *perceived security* dan *government support* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioural intention*. Selain itu, didapatkan hasil bahwa *behavioural intention* juga berpengaruh signifikan terhadap *use of e-wallet*. Berdasarkan hasil R-Square yang didapatkan pada model penelitian ini, diketahui *behavioural intention* berkontribusi sebesar 33.4% dan *use of e-wallet* berkontribusi sebesar 63.8%.

Discussion

Ketika masyarakat menggunakan e-wallet, terdapat tiga alasan yang dapat mendorong perilaku keinginan masyarakat untuk mengadopsi e-wallet diantaranya adalah keamanan dalam bertransaksi, pengaruh lingkungan masyarakat sekitar, serta adanya peran pemerintah yang mendukung penggunaan layanan e-wallet. Diketahui, layanan e-wallet telah diterima dengan baik oleh masyarakat di Indonesia termasuk dalam hal keamanan karena dalam registrasi layanan, pengguna perlu mendaftarkan identitas terlebih dahulu dengan cara memasukkan data identitas pengguna serta adanya jaminan garansi keamanan dari pihak e-wallet service. Kemudian, peran pemerintah untuk mendukung penggunaan e-wallet telah dilakukan dengan cara mengajak masyarakat agar lebih mengutamakan transaksi non-tunai dimana hal tersebut dapat berupa penyediaan fasilitas yang mengharuskan masyarakat

menggunakan e-wallet dalam menyelesaikan pembayaran atau penerimaan uang non-tunai. Kemudian dengan adanya faktor sosial dimana masyarakat akan menggunakan e-wallet atas dasar pengaruh dari lingkungan masyarakat sekitar diantaranya teman, kerabat, keluarga, dan lainnya juga merupakan faktor pendorong bagi konsumen untuk menggunakan e-wallet service. Berdasarkan pemaparan tersebut, kemungkinan perilaku masyarakat dalam mengadopsi e-wallet akan dapat terlihat berdasarkan dari segi keamanan, adanya dukungan pemerintah, serta lingkungan masyarakat sekitar.

Penelitian ini menggambarkan bagaimana perilaku masyarakat yang telah berpengalaman dalam pemanfaatan e-wallet berdasarkan *social factors*, *government support*, dan *perceived security*. Berdasarkan hasil pada penelitian ini, diketahui *social influence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Yang mengindikasikan bahwa masyarakat dalam menggunakan e-wallet tidak dipengaruhi oleh teman atau keluarga terdekat. Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan pada tabel 3, ditemukan hasil P-Value = $0.111 > 0.05$ dimana hasil tersebut adalah ditolak karena lebih besar dari 0.05. Dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Tussyah, Wahyudin, & Khafid (2018) dimana mereka menemukan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* yaitu dengan nilai signifikan $0.371 > 0.05$. Sehingga pada penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat dalam menggunakan e-wallet tidak dipengaruhi oleh teman dan keluarga terdekat. Selain itu, faktor pengalaman juga dapat mengurangi nilai dari *social influence* dan tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioural intention*. Hal ini dikarenakan individu akan merasa lebih *aware* sebelum mencoba pada saat mereka mendengar pengalaman orang-orang disekitarnya.

Berdasarkan hasil yang telah ditemukan pada penelitian ini, telah ditemukan bahwa *government support* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan e-wallet di Indonesia. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Hu et al (2019) dimana mereka menemukan bahwa *government support* memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention*. Hu et al (2019) juga menjelaskan bahwa *government support* merupakan faktor pendorong utama yang dapat mendorong perilaku masyarakat dalam mengadopsi fintech, dikarenakan pemerintah memiliki kredibilitas yang tinggi, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kredibilitas dan keandalan dari produk atau layanan dengan cara meningkatkan publisitas penerapan inovasi teknologi keuangan serta berinvestasi pada infrastruktur seperti pembangunan jaringan komunikasi sehingga menjadikan layanan *fintech* lebih dapat diterima oleh calon konsumen.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, telah ditemukan bahwa *perceived security* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention* dalam menggunakan e-wallet di Indonesia, dimana pernyataan tersebut didukung oleh Lai (2018). Ia menyebutkan bahwa ada beberapa indikasi yang dapat membantu konsumen untuk menaruh kepercayaan pada MySIM e-payment yang terkait dengan *security* diantaranya *word-of-mouth recommendation*, reputasi informasi, pengalaman konsumen berdasarkan pengetahuan dalam aspek keamanan, serta manajemen risiko. Selain itu, Lai (2018) juga berpendapat bahwa semakin besar dukungan *security* maka semakin besar pula *behavioral intention* pada masyarakat untuk menggunakan e-wallet.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lai (2018) juga menjelaskan bahwa organisasi yang menyediakan layanan *e-payment* perlu melihat lebih dalam agar penyedia layanan e-wallet dapat menemukan solusi keamanan yang tepat serta memiliki standar yang tinggi dalam hal keamanan.

Kemudian pada penelitian ini juga menemukan hasil bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *use of e-wallet*. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Yahaya & Ahmad (2019) dimana mereka menemukan bahwa *behavioral intention to use e-wallet* berpengaruh positif terhadap *use of e-wallet* dalam penggunaan *mobile banking* untuk distribusi zakat dimana mereka memaparkan bahwa semakin tinggi *behavioral intention to use e-wallet* pada *asnaf* maka akan semakin tinggi pula nilai dari penggunaan *mobile banking* untuk distribusi zakat. Yahaya & Ahmad (2019) juga menyarankan kepada departemen teknologi institusi zakat untuk berdiskusi lebih lanjut kepada institusi keuangan dalam mengembangkan sistem atau aplikasi agar lebih *mobile user friendly* sehingga *asnaf* dapat menambah efisiensi dari distribusi zakat mereka.

Conclusion and Implication

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meneliti pengaruh dari faktor-faktor penggunaan e-wallet di Indonesia pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif yang paling besar yakni antara *government support* terhadap *behavioural intention* dalam menggunakan e-wallet. Pengaruh positif lainnya terjadi antara *perceived security* terhadap *behavioral intention* dan *behavioral intention* terhadap *use of e-wallet*. Penggunaan e-wallet menjadi hal yang dibutuhkan oleh masyarakat karena dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun tanpa adanya halangan. Adapun temuan lainnya yakni pengaruh negatif antara *social influence* terhadap *behavioral intention* yang artinya bahwa masyarakat dalam menentukan perilakunya untuk menggunakan e-wallet atau tidak bukan berdasarkan keluarga dan teman dimana dari hasil perhitungan didapatkan bahwa $P\text{-Value} = 0.111 > 0.05$ yang artinya pengembangan hipotesis ditolak. Salah satu faktor yang menjadi pendorong masyarakat Indonesia dalam menggunakan e-wallet adalah timbulnya kesadaran masyarakat agar menjaga jarak dengan orang lain disaat pandemi COVID-19, dimana pemerintah telah menerbitkan kebijakan baru terkait Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mengharuskan masyarakat untuk menjaga jarak serta bekerja dari rumah (WFH). Hal tersebut menimbulkan adanya perubahan kebiasaan terhadap transaksi yang bergeser lebih kearah berbasis teknologi.

Kemudian dari hasil pada penelitian ini, telah ditemukan bahwa *government support* memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavioural intention*. Dimana menurut Hu et al (2019) pemerintah merupakan salah satu faktor pendorong utama dalam mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan e-wallet. Pemerintah dapat mendukung penggunaan e-wallet dengan cara menambah infrastruktur jaringan komunikasi, menerapkan kebijakan yang menguntungkan bagi para pengguna, serta melaksanakan program-program pemerintah dimana e-wallet dapat menjadi sarana untuk metode pembayaran dan penerimaan uang non-tunai. Faktor kedua yang tidak kalah penting memberikan pengaruh positif adalah *perceived security* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan e-wallet dimana untuk

meningkatkan pelayanan e-wallet maka perlunya edukasi, iklan, dan menambah *awareness* orang-orang tentang amannya menggunakan e-wallet dibandingkan transaksi biasa. Faktor ketiga yang memberikan pengaruh positif adalah *behavioral intention* terhadap *use of e-wallet* dengan cara meningkatkan keamanan, dan pengaruh tidakan dari *government* terhadap orang-orang di Indonesia akan membuat penggunaan e-wallet menjadi lebih tren.

Kemudian pada penelitian ini juga menemukan hasil bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *use of e-wallet* dimana beberapa sumber telah menyatakan bahwa penggunaan e-wallet sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat Indonesia terutama pada generasi millennial. Adapun badan riset yang memaparkan bahwa masyarakat Indonesia akan tetap menggunakan e-wallet meskipun tidak ada penawaran khusus atau promosi, yang artinya pengguna e-wallet di Indonesia merupakan *user organic* atau pengguna tetap. Selain itu, di Indonesia sendiri sebanyak 47% pengguna e-wallet telah memiliki 3 e-wallet atau lebih di smartphone mereka. Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa layanan e-wallet di Indonesia masih berpotensi untuk berkembang dan juga akan menjadi bagian dari perkembangan ekonomi Indonesia

References

- 93 persen Masyarakat Indonesia Manfaatkan Transaksi Online | SWA.co.id
Studi: Penggunaan Dompot Elektronik Melonjak Selama Pandemi Covid-19 - Lifestyle Liputan6.com
Daftar 18 Daerah yang Terapkan PSBB, dari Jakarta hingga Makassar Halaman all - Kompas.com
Indonesia.go.id - E-Wallet Kian Tebal di Tengah Pandemi