

PENGARUH EASE OF USE, USEFULNESS DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP INTENSI MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL

Muhammad Fahmi Bahar

Universitas Pradita

muhammad.fahmi@student.pradita.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence the intention of generation Z to use digital wallets as a form of adoption of non-cash payment technology in Indonesia. With a quantitative approach and survey methodology using a questionnaire, this study examines the effect of the variables ease of use, usefulness, and social influence on the intention to use digital wallets. The results of the analysis show that the variables ease of use and social influence have a significant effect on the intention to use, while usefulness does not show a significant effect. This finding confirms that the factors of ease and social influence are the main drivers in the process of adopting digital financial technology among the younger generation of Indonesia. The practical implications of the results of this study provide guidance for technology developers and industry players in designing effective marketing strategies, as well as supporting the development of theories in the field of technology adoption, especially in the context of Indonesia in the digital era.

Keywords: *Digital Wallet, Generation Z, Technology Adoption, Digital Payment Technology.*

ABSTRAK

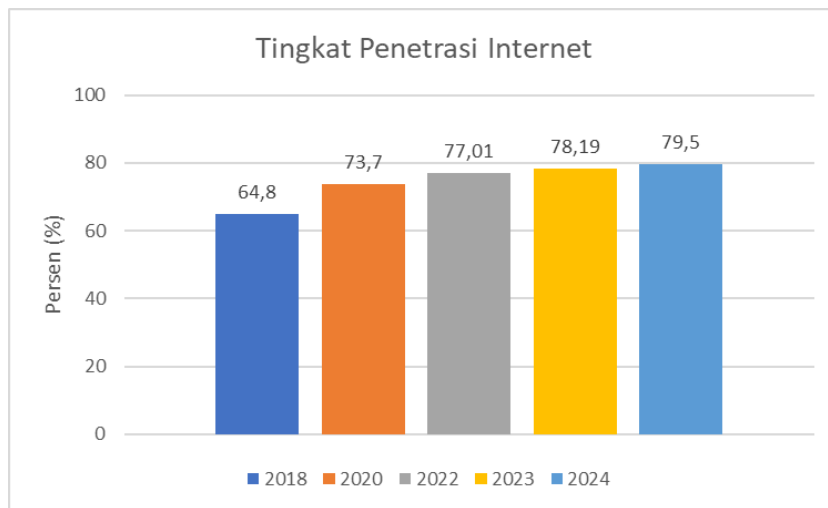
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi intensi generasi Z dalam menggunakan dompet digital sebagai bentuk adopsi teknologi pembayaran non-tunai di Indonesia. Dengan pendekatan kuantitatif dan metodologi survei menggunakan kuesioner, penelitian ini menguji pengaruh variabel *ease of use*, *usefulness*, dan *social influence* terhadap intensi menggunakan dompet digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *ease of use* dan *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi menggunakan, sedangkan *usefulness* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa faktor kemudahan dan pengaruh sosial merupakan pendorong utama dalam proses adopsi teknologi keuangan digital di kalangan generasi muda Indonesia. Implikasi praktis dari hasil penelitian ini memberikan panduan bagi pengembang teknologi dan pelaku industri dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, serta mendukung pengembangan teori dalam bidang adopsi teknologi, khususnya pada konteks Indonesia dalam era digital.

Kata kunci: Dompot Digital, Generasi Z, Adopsi Teknologi, Teknologi Pembayaran Digital.

PENDAHULUAN

Digitalisasi ekonomi adalah sebuah sistem ekonomi dan sosiopolitik yang mencakup informasi, berbagai akses ke alat informasi, pemrosesan dan kemampuan komunikasi (Nagri, 2021) . Dari pernyataan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa digitalisasi ekonomi adalah perkembangan ekonomi yang mengubah sistem konvensional menjadi sistem digital yang mempengaruhi manusia dalam hal waktu, tempat, dan mobilitas. Ekonomi digital berkembang cepat dengan munculnya *platform e-commerce* yang memudahkan transaksi, yang memungkinkan pelanggan memilih barang dengan smartphone mereka seperti yang dilakukan setiap hari. Selain itu, sistem pembayaran e-money telah berkembang, yang memudahkan pelanggan untuk membeli barang dan memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah orang Indonesia yang menggunakan internet pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 orang, dari total populasi 278.696.200 orang. Menurut survei penetrasi internet APJII pada tahun 2024, tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 79,5%, peningkatan 1,4% dibandingkan periode sebelumnya (APJII).

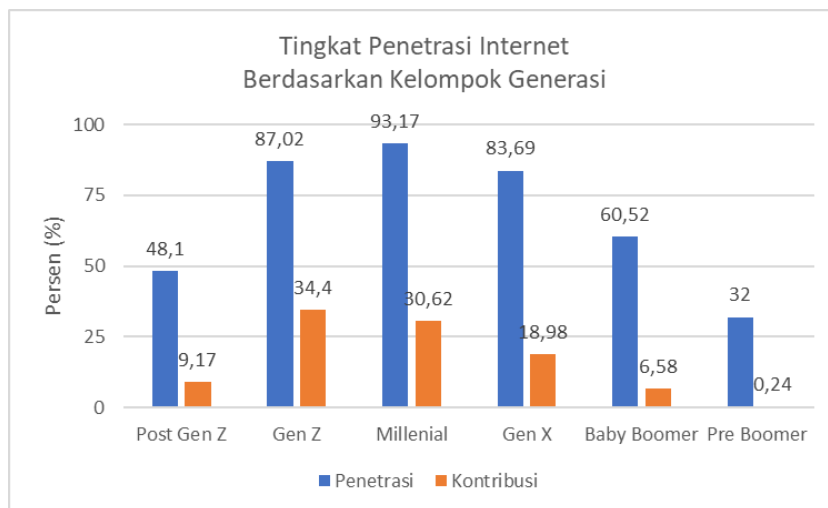
Gambar 1 Tingkat Penetrasi Internet



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Menurut survei APPJI, Gen Z menjadi kelompok usia dengan kontribusi paling besar pada awal 2024 ini, dengan 34,4 persen. Milenial 30,62 persen dan Gen X 18,98 persen adalah kelompok usia lain dengan kontribusi paling besar.

Gambar 2 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Generasi



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Tingkat kontribusi didefinisikan sebagai jumlah individu dalam kelompok tertentu yang mengakses internet dibandingkan dengan total pengguna internet dalam kelompok tersebut. Milenial, dengan tingkat penetrasi 93,17 persen, menyusul Gen Z, dengan tingkat penetrasi 87,02 persen, dan Gen X, dengan tingkat penetrasi 82,2 persen. Selain itu, survei ini menunjukkan bahwa penetrasi internet di wilayah urban (perkotaan sekitarnya) mencapai 82,2 persen, lebih tinggi daripada di wilayah rural (pedesaan), yang hanya mencapai 74%. Perkembangan teknologi dalam kehidupan sehari-hari di era digital membantu masyarakat atau mengurangi waktu yang dihabiskan untuk berinteraksi dalam berbagai bidang, seperti ekonomi, di mana individu dapat berinteraksi dan membeli barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang mana digitalisasi memungkinkan orang untuk menghubungkan atau mengakses sistem yang memungkinkan mereka untuk melakukan kegiatan ekonomi di mana saja dan kapan saja dengan menggunakan jaringan internet. Perkembangan teknologi modern tidak henti-hentinya menghasilkan berbagai inovasi yang berbeda dalam berbagai aplikasi, terutama di bidang ekonomi. Di era digital, hampir semua tindakan serba cepat, akurat, dan efektif. Tidak hanya pemilik modal besar yang dapat memanfaatkan kemajuan ini, tetapi juga bisnis dengan modal terbatas dapat memanfaatkan peluang ini untuk membuat layanan atau produk yang terintegrasi big data dengan lebih murah, mudah, dan efisien. Salah satunya adalah peningkatan transaksi bisnis sebagai hasil dari inovasi moneter (*fintech*). Pertumbuhan ekonomi dan rotasi pembelian barang dan jasa sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Selama era digitalisasi, media telah mengalami transformasi yang lebih luas, sehingga cakupan informasi sekarang mencakup seluruh dunia, daripada hanya terbatas pada satu negara. Fintech dapat membantu orang melakukan penukaran dan cicilan lanjutan tanpa harus menggunakan uang tunai (Muniarty *et al.*, 2023). Selama periode disrupsi seperti sekarang, terjadi banyak inovasi dan perubahan yang secara signifikan mengubah semua sistem, struktur, dan lingkungan yang ada ke bentuk baru. Pemain yang menggunakan metode dan sistem lama akan kalah dalam persaingan. Dunia saat ini sedang mengalami fenomena disrupsi, yaitu ketika pergerakan dunia industri atau persaingan kerja tidak lagi berlangsung secara linear.

Perubahannya sangat cepat, dan sangat penting untuk mengubah pola tatanan lama untuk menciptakan yang baru. Model bisnis baru dengan strategi yang lebih kreatif dan mengganggu dimulai dengan disrupsi. Pendidikan, bisnis, transportasi, komunitas sosial, dan perbankan adalah bidang yang mengalami banyak perubahan (Andriani, 2021). Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 dan Nomor 16/8/PBI/2014 mendukung upaya Bank Indonesia untuk mewujudkan masyarakat yang tidak lagi menggunakan uang tunai, yang dikenal sebagai masyarakat tanpa uang tunai. Peraturan ini memulai penggunaan uang elektronik sebagai tanggapan atas kebutuhan akan instrumen pembayaran yang cepat, mudah, dan dapat di tempatkan di media tertentu yang dapat diakses secara *offline*, aman, dan mudah. Saat ini, seiring berkembangnya inovasi pembayaran non tunai, pembayaran digital menjadi kebutuhan masyarakat. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) Bank Indonesia secara resmi memulai inovasi ini di Indonesia pada tahun 2014. Tujuan dari gerakan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai sehingga suatu hari nanti akan terbentuk suatu masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai dalam ekonominya suatu masyarakat tanpa uang (Badri, 2020). Sebenarnya, para pakar telah memperkirakan *cashless society* sejak pembayaran kartu pertama kali muncul pada tahun 1950-an. Visi tersebut mulai terbukti lima puluh tahun kemudian. Selain itu, banyak penelitian telah menunjukkan bahwa mengubah *cashless society* menguntungkan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Namun, untuk mewujudkan *cashless society*, akan diperlukan beberapa perubahan kebijakan untuk mengatasi dampak mata uang digital terhadap stabilitas keuangan dan efektivitas kebijakan moneter. Dompot seluler adalah jenis teknologi keuangan yang beroperasi melalui internet dan menawarkan metode pembayaran alternatif. Dibandingkan dengan dompet konvensional, dompet seluler menghilangkan keharusan membawa mata uang fisik. Dompot digital praktis, efisien, nyaman, dan aman untuk melakukan transaksi pada perangkat. Pemanfaatan aplikasi dan koneksi internet memungkinkan hal ini dilakukan. Transaksi keuangan telah beralih dari platform konvensional ke platform digital sebagai akibat dari adopsi *wallet mobile* sebagai metode pembayaran utama. Terlepas dari banyak keuntungan

yang ditawarkan oleh layanan transaksi keuangan digital seperti dompet seluler, jumlah orang yang menggunakannya masih sangat sedikit (Samuel & Sitompul, 2024). Semakin banyak produk financial technology (*fintech*) berupa dompet digital seperti Go-Pay, OVO, Dana, LinkAja, ShopeePay, dan lainnya muncul di Indonesia, yang menunjukkan betapa populernya pembayaran non tunai. Digitalisasi terkait erat dengan *cashless society*. Oleh karena itu, milenial, generasi yang melek akan teknologi dan hidup di tengah internet of things, dianggap lebih mampu menyesuaikan diri dengan budaya baru, seperti membayar secara non-tunai. Selain itu, metode pembayaran non-tunai ini mudah dan praktis. Hal ini sesuai dengan sifat generasi Z, yang menyukai hal-hal yang praktis dan dapat dilakukan melalui ponsel pintar mereka. Dengan mengingat bahwa di Indonesia sedang terjadi pergeseran menuju *cashless society*, yang dipengaruhi oleh peningkatan penggunaan pembayaran digital, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana teknologi pembayaran digital ini digunakan. Jumlah aplikasi dompet digital yang terus meningkat di Indonesia merupakan bukti nyata. Bank Indonesia telah mengizinkan 38 dompet digital, menurut penelitian iPrice (Devita, 2021). Transaksi dompet digital di Indonesia mencapai USD 1,5 miliar pada tahun 2020, dan diproyeksikan akan meningkat menjadi USD 25 miliar pada tahun 2023. Di Indonesia, aplikasi dompet digital lokal masih menjadi pilihan utama untuk metode pembayaran tanpa tunai. Pembayaran *QR pay* adalah metode pembayaran yang paling umum di aplikasi dompet digital. Menurut penelitian *iPrice*, ada dua faktor yang mendorong adopsi dompet digital di Indonesia: promosi yang menawarkan cashback dan poin tambahan. Kemudian, hampir semua aplikasi dompet digital menawarkan pembayaran *e-commerce*, transportasi umum, dan toko fisik. Menurut (Chawla & Joshi 2020), (Ariffin et al. 2021), (Alkhowaiter 2022), dan (Audina et all. 2022), menentukan apakah seseorang ingin menggunakan dompet seluler atau tidak adalah tantangan yang signifikan. layanan keuangan digital memiliki banyak keuntungan, seperti kecepatan, kemudahan, kenyamanan, dan tidak terbatas pada lokasi. Namun, mereka juga memiliki risiko, seperti kemungkinan mendapatkan informasi pribadi secara ilegal. Akibatnya, ada kecenderungan bagi masyarakat untuk mempertimbangkan

kembali penggunaan layanan keuangan digital. Niat individu, yang ditunjukkan dengan penerimaan atau penolakan pengguna terhadap sistem baru, menentukan keberhasilan implementasi sistem. Dompot seluler semakin populer, tetapi ada banyak tantangan untuk diterapkan. Menurut (Leong *et al.*, 2020), hambatan nilai, hambatan pemanfaatan, dan hambatan risiko secara signifikan memengaruhi resistensi dompet seluler. Kekhawatiran tentang keunggulan dompet seluler, ketidakmampuan untuk menggunakan teknologi baru, dan kerumitan teknologi adalah beberapa hambatan utama dalam adopsi dompet seluler, menurut (Sharma *et al.*, 2020). Efikasi diri seluler dimasukkan ke dalam model ini secara khusus, menunjukkan dampak besar pada persepsi kenikmatan yang kemudian muncul melalui kepuasan pengguna terhadap dompet seluler. Ini menunjukkan bahwa ketika pengguna merasa yakin dengan kemampuan perangkat seluler mereka, kenikmatan yang mereka rasakan akan berdampak positif, yang pada gilirannya dapat menghasilkan lebih banyak penggunaan dan loyalitas (Esawe, 2022). Selain itu, (Lew *et al.*, 2020) menyelidiki peran efikasi diri seluler dalam industri perhotelan dan menemukan bahwa secara signifikan, persepsi orang tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan aplikasi seluler memengaruhi keinginan untuk menerapkannya. Fakta bahwa mereka melakukan penelitian menunjukkan betapa pentingnya efikasi diri dalam memengaruhi keputusan untuk menggunakan teknologi yang menguntungkan. Berdasarkan pengamatan ini, penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana Gen Z memandang masa depan layanan keuangan: apakah mereka lebih cenderung bergantung sepenuhnya pada dompet digital atau tetap membutuhkan layanan perbankan tradisional. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan korelasi yang jelas antara niat perilaku dan penggunaan. Namun, penelitian ini akan secara khusus menganalisis aspek kenyamanan, keamanan, dan perlindungan data konsumen saat menggunakan aplikasi dompet digital dibandingkan dengan sistem pembayaran lainnya. Secara singkat, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Gen Z lebih cenderung bergantung sepenuhnya pada dompet digital saat melakukan transaksi pembayaran atau tidak.

TELAAH LITERATUR

Perceived Ease of Use

Konsep ini sangat bernilai dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), mengacu pada seberapa jauh pengguna percaya bahwa penggunaan sebuah teknologi merupakan hal mudah dan tidak membutuhkan usaha lebih. Ini mencakup aspek-aspek seperti kejelasan antarmuka pengguna, kemudahan navigasi, ketersediaan panduan pengguna, dan tingkat kesulitan dalam memahami sistem. Kemudahan penggunaan yang dirasakan sangat memengaruhi bagaimana pengguna menerima sebuah teknologi. Kecenderungan pengguna dalam menerima sebuah teknologi adalah berdasarkan pada pandangan mereka dari segi kemudahan sebab kemudahan dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan mereka dalam melakukan interaksi dengan teknologi. Kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk:

- 1) Antarmuka Pengguna: Desain antarmuka yang intuitif dan *user-friendly* dapat meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan.
- 2) Panduan Pengguna: Ketersediaan panduan pengguna yang jelas dan mudah dipahami dapat membantu pengguna dalam mengatasi hambatan dalam menggunakan teknologi.
- 3) Dukungan Teknis: Ketersediaan dukungan teknis yang memadai dapat membantu pengguna dalam mengatasi masalah dan kesulitan dalam menggunakan sistem.

Perceived ease of use memiliki hubungan yang kuat dengan bagaimana pengguna menerima sebuah teknologi. Mereka memiliki kecenderungan untuk menerima dan memanfaatkan teknologi yang menurut mereka penggunaannya mudah daripada yang dianggap sulit atau membingungkan. Dengan memperhatikan dan meningkatkan aspek kemudahan penggunaan yang dirasakan dalam desain dan implementasi sistem informasi, para perancang dapat meningkatkan penerimaan pengguna terhadap teknologi, sehingga memastikan bahwa sistem yang dikembangkan dapat digunakan dengan efektif dan efisien oleh pengguna. Persepsi seorang individu tentang

kemudahan memanfaatkan suatu sistem diukur pada tingkat seberapa jauh mereka memercayai bahwa penggunaan sebuah sistem itu tak memerlukan usaha yang besar dan menambah kesalahan. Dalam hal ini, kemudahan penggunaan teknologi akan membuat seorang individu tak memerlukan upaya yang lebih besar agar kinerjanya meningkat. Sebab mudahnya teknologi tersebut saat digunakan tidak memerlukan keahlian teknis. Setyawati (2020) menjelaskan bahwa untuk mengukur *perceived ease of use*, dapat dilakukan melalui sejumlah indikator, di antaranya:

1. Mudah digunakan (*ease of use*)

Kemudahan digunakan adalah sebuah kualitas yang sangat dihargai dalam berbagai jenis produk atau sistem. Hal ini merujuk pada tingkat keterjangkauan dan kenyamanan yang diberikan kepada pengguna saat berinteraksi dengan produk atau sistem tersebut. Produk atau sistem yang mudah digunakan biasanya memiliki antarmuka yang intuitif dan dapat diakses dengan mudah, meminimalkan kebutuhan akan instruksi atau pelatihan tambahan.

2. Mudah dipelajari (*easy to learn*)

Kemudahan dipelajari adalah ketika suatu produk atau sistem dapat dipahami dan dikuasai dengan cepat oleh pengguna baru. Ini termasuk antarmuka yang mudah digunakan, instruksi yang jelas, dan navigasi yang mudah dipahami. Produk atau sistem yang mudah dipelajari akan mengurangi waktu yang dibutuhkan pengguna untuk menjadi terampil dalam menggunakannya, sehingga mempercepat proses adaptasi dan meningkatkan produktivitas.

3. Fleksibel (*flexibel*)

Fleksibilitas berarti mampu menyesuaikan diri dengan berbagai situasi atau kebutuhan. Dalam hal produk atau sistem, fleksibilitas mengacu pada kemampuan untuk digunakan atau diubah sesuai kebutuhan pengguna tanpa mengalami perubahan yang signifikan.

4. Dapat dikontrol (*controllable*)

Suatu produk atau sistem yang dapat dikontrol memiliki kemampuan untuk diatur atau dikendalikan sesuai dengan keinginan pengguna. Ini disebabkan oleh kontrol yang mudah dipahami dan mudah dipahami yang memungkinkan

pengguna mengatur fitur atau fungsi produk sesuai dengan kebutuhan mereka. Ini membuat pengalaman pengguna merupakan hal penting sehingga pengguna dapat menggunakan teknologi tersebut sesuai dengan preferensi ataupun kebutuhan mereka, seperti mengubah setting-an sehingga sesuai.

Perceived Usefulness

Perceived usefulness adalah konsep kunci dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), yakni terkait seberapa jauh kepercayaan pengguna bahwa penggunaan teknologi ini bisa membuat produktivitas dan kinerja mereka meningkat. Hal ini mencakup keyakinan pengguna bahwa sebuah teknologi dapat membantu pengguna untuk membuat tujuannya tercapai atau meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan tugas-tugas tertentu. Kegunaan yang dirasakan sangat memengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Pengguna cenderung lebih menerima teknologi yang dianggap bermanfaat karena hal ini dapat memberikan motivasi dan alasan yang kuat bagi mereka untuk menggunakan teknologi tersebut. *Perceived usefulness* memiliki keterkaitan yang kuat terdapat antara kegunaan yang dirasakan dengan penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Pengguna lebih condong untuk menerima dan mengadopsi teknologi yang dianggap memberikan manfaat dan nilai tambah dalam aktivitas atau pekerjaan mereka. Dengan demikian, *perceived usefulness* dalam hal ini adalah kepercayaan memainkan peran penting dalam membentuk niat dan kesediaan seseorang untuk menerima dan mengadaptasi teknologi. Kepercayaan adalah ketika seseorang percaya pada suatu pihak dalam relasi dua belah pihak yang didapatkan setelah serangkaian pengumpulan informasi. Hal ini akan membuat seseorang memercayai pihak tersebut untuk dapat mewujudkan harapan mereka. Kepercayaan merupakan seberapa yakin seorang individu terhadap sesuatu. Tingkat kepercayaan di sini dapat dikatakan merupakan seberapa jauh produsen ataupun pihak yang menyediakan layanan memberikan jaminan rahasia dan keamanan teknologi sehingga akan banyak membuat pengguna percaya terhadap teknologi tersebut. Indikator *perceived usefulness* menurut Jogiyanto, (2020) ada 3, yaitu:

1. Bermanfaat (*usefull*)

Bermanfaat berarti memiliki nilai atau memberikan keuntungan bagi pengguna atau pihak yang terlibat. Dalam hal produk atau sistem, bermanfaat berarti mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan pengguna dengan efektif atau efisien. Produk atau sistem yang bermanfaat dapat menyelesaikan masalah atau tantangan pengguna, meningkatkan kualitas hidup, atau meningkatkan produktivitas.

2. Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*)

Mempercepat pekerjaan merujuk pada kemampuan suatu produk, sistem, atau teknologi dalam mengefisienkan waktu untuk merampungkan pekerjaan atau tugas tertentu. Hal ini dapat dilakukan melalui otomatisasi proses, peningkatan efisiensi, atau penggunaan alat atau fitur yang mempercepat proses kerja.

3. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*make job easier*)

Membuat pekerjaan lebih mudah berarti mengurangi tantangan atau masalah yang dihadapi saat menyelesaikan tugas atau tanggung jawab tertentu. Satu di antara banyak caranya ialah dengan memberi alat atau sumber daya yang tepat, memberikan pelatihan atau panduan yang diperlukan, atau menyederhanakan proses kerja.

Social Influence

Teori *social influence* adalah konsep yang mengacu pada pengaruh sosial yang mempengaruhi individu dalam mengadopsi perilaku tertentu berdasarkan norma sosial, ekspektasi kelompok, atau tekanan dari orang lain di sekitarnya. Teori ini menyoroti bagaimana individu dapat dipengaruhi oleh orang lain dalam pengambilan keputusan dan tindakan mereka. Dalam konteks teknologi, penggunaan teori *social influence* kerap dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam menerima dan menggunakan sebuah teknologi. Teori *Social Influence* membantu dalam memahami bagaimana faktor-faktor sosial, seperti norma sosial, ekspektasi kelompok, dan citra sosial, dapat memengaruhi perilaku individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi. Dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang telah disebutkan, pengaruh sosial menjadi salah satu variabel

yang dimasukkan dalam penelitian ini. Konsep ini kerap dikenal dengan faktor lingkungan eksternal yang memengaruhi seseorang. *Social influence* merupakan bagaimana seseorang/kelompok dapat memberi pengaruh pada seorang individu dalam memutuskan berperilaku tertentu, yang artinya keputusan itu datang karena adanya pengaruh dari orang lain (eksternal). Persepsi konsumen seseorang tentang merek mempengaruhi perilaku dan keputusan mereka. Oleh karenanya, pada era sekarang tidak jarang bahwa merek-merek dari luar negeri dan cenderung mewah dianggap menjadi penting bagi banyak orang karena adanya pengaruh globalisasi dan pendidikan global. Menurut Wang dan Chou, (2021) pengaruh sosial terdiri dari dua aspek, di antaranya :

- a. Pengaruh lingkungan, pelanggan mencatat bahwa banyak orang di lingkungannya bertindak ataupun menggunakan sesuatu, hal ini akan membuat mereka merasa termotivasi untuk bertindak hal yang serupa juga.
- b. Perilaku konsumen lain, di mana seseorang melihat pelanggan lainnya melakukan tindakan tertentu akan mendorongnya melakukan hal serupa.

Intensi Menggunakan

Intention to use ialah tingkat keinginan atau kesediaan individu untuk memanfaatkan sebuah produk, layanan, atau teknologi dalam waktu yang akan datang. *Intention to use* mencerminkan niat atau keinginan yang dimiliki individu untuk benar-benar menggunakan suatu produk atau layanan, dan sering kali dianggap sebagai prediktor penting dari perilaku nyata penggunaan. Dalam konteks *e-wallet*, *intention to use* mengacu pada sejauh mana seseorang bersedia dan bermaksud untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* dalam transaksi keuangan mereka (Effendy *et al.*, 2021). *Intention of use* ataupun minat perilaku adalah keinginan, niat, atau minat seorang individu bertindak ataupun berperilaku tertentu. Seorang hanya bisa bertindak ataupun berperilaku tertentu apabila mereka mempunyai keinginan, niat, atau minat untuk melakukannya. Dari minat juga bisa menunjukkan bahwa di masa mendatang, seseorang akan melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu (Setyawati, 2020).

Menurut Kucukusta, Law, Besbes, dan Legoherey, ada beberapa indikator untuk mengukur *Intention of use* (Budyanto, 2023), yaitu:

1. Kesiediaan untuk menggunakan sebuah teknologi pada waktu mendatang

Kesiediaan untuk mengadopsi sistem di masa depan sangat dipengaruhi oleh kenyamanan, keamanan, manfaat yang diberikan, dan kepercayaan pada teknologi yang bersangkutan. Pengguna akan lebih cenderung menerima teknologi yang mudah digunakan dan terintegrasi dengan gaya hidup mereka, serta memberikan perlindungan yang kuat terhadap privasi dan keamanan data. Manfaat yang jelas, seperti peningkatan efisiensi atau penghematan waktu, menjadi dorongan utama bagi pengguna untuk menerima sistem baru.

2. Kesiediaan untuk secara teratur sebuah teknologi pada waktu mendatang

Kesiediaan untuk secara teratur menggunakan sistem pada waktu yang akan datang sangat tergantung pada sejumlah faktor, seperti kemampuan sistem untuk terus berinovasi dan memenuhi kebutuhan yang berkembang dari pengguna akan berperan dalam menjaga kesiediaan mereka untuk tetap menggunakan sistem secara konsisten.

3. Keinginan untuk merekomendasikan sebuah teknologi kepada orang lain

Keinginan untuk merekomendasikan sistem kepada orang lain di masa depan sering kali dipengaruhi oleh pengalaman positif, manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan pada teknologi yang bersangkutan. Pengguna cenderung merasa lebih bersemangat untuk merekomendasikan sistem kepada orang lain jika mereka telah merasakan manfaat yang signifikan dari penggunaannya, seperti peningkatan efisiensi ataupun kemudahannya dalam menggunakannya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini memilih pendekatan kuantitatif karena sesuai dengan prinsip-prinsip ilmiah. Pendekatan kuantitatif memanfaatkan data berupa angka, yang selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik. Hasil analisis akan mengungkap signifikansi yang diinginkan. Metode penelitian ialah suatu sistem yang digunakan peneliti untuk

memperoleh data yang nanti akan dianalisis demi mencapai tujuan tertentu. Penelitian ini memilih metode kuantitatif karena konsisten dengan prinsip-prinsip ilmiah. Pendekatan kuantitatif mengutamakan data dalam bentuk angka, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik. Hasil analisis akan menunjukkan tingkat signifikansi yang dikehendaki. Peneliti dalam penelitian ini memilih instrumen berupa kuesioner untuk melakukan survei. Sebelum digunakan, instrumen tersebut harus melewati uji reliabilitas dan validitas (Fattah, 2023). Adapun dalam mengumpulkan data primer, digunakanlah metode berupa kuesioner. Kuesioner merupakan metode dalam mengumpulkan data di mana responden di beri sejumlah pernyataan untuk menjawab pertanyaan. Pengumpulan data ini dilakukan secara daring menggunakan *google forms*. Penelitian ini melihat generasi Z pengguna dompet digital di Kota Tangerang, tetapi jumlah mereka tidak diketahui. Namun, sampel populasi adalah bagian dari karakteristiknya. Sampel harus benar-benar representatif atau representatif dari populasi berdasarkan hasil penelitian dari sampel. Rumus tertentu dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel agar jumlah populasi dapat sebanding dengan jumlah sampel yang digunakan. Maka digunakan metode perhitungan jumlah sampel best practice dengan pendekatan Green (Parul Acharya *et al.* 2017). Selama proses penelitian, sampel akan sangat memengaruhi representasi populasi. Rumus pendekatan *Green* akan digunakan jika besar populasi (N) tidak diketahui $n \geq 50 + 8m$ (untuk uji regresi secara keseluruhan) $n \geq 104 + m$ (untuk uji signifikansi individual tiap variabel bebas) di mana n sebagai jumlah sampel minimum dan m sebagai jumlah variabel independen. Uji regresi linear berganda digunakan untuk menguraikan hubungan satu variabel tak bebas ataupun respons (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas atau prediktor ($X_1, X_2, \dots, X_n$). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas atau respons (Y) dalam kasus di mana nilai-nilai variabel bebas atau prediktor ($X_1, X_2, \dots, X_n$). Secara matematik, persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan :

Y = variabel tak bebas (nilai variabel yang akan diprediksi)

a = konstanta

$b_1, b_2, \dots, b_n$ = nilai koefisien regresi

$X_1, X_2, \dots, X_n$ = variabel bebas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Hasil Persamaan Regresi Berganda

Variabel	Nilai a	Nilai b
Intensi Menggunakan (Y)	0,682	
<i>Ease of Use (X1)</i>		0,496
<i>Usefulness (X2)</i>		-0,043
<i>Social Influence (X3)</i>		0,527

Nilai a sebesar 0,682 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel intensi menggunakan Y belum di pengaruhi oleh variabel lainnya yaitu, variabel X_1 , X_2 , dan X_3 . Jika variabel independen tidak ada maka, variabel intensi menggunakan tidak mengalami perubahan. b_1 (nilai koefisien regresi sebesar 0,496 menunjukkan bahwa variabel *ease of use* mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Y yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel X_1 maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0,496, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. b_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar -0,043 menunjukkan bahwa variabel *usefulness* mempunyai pengaruh yang negatif terhadap variabel Y yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel X_2 maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar -0,043, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. b_3 (nilai koefisien regresi X_3) sebesar 0,527 menunjukkan bahwa variabel *social influence* mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Y yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel X_3 maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0,527,

dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 2 Hasil Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.949 ^a	.900	.897	1.42436

Berdasarkan tabel di atas di pengaruhi nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,900 atau 90%. Jadi bisa di ambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel *ease of use*, *usefulness*, dan *social influence* terhadap intensi menggunakan adalah sebesar 0,900 (90%).

Tabel 3 Hasil Uji T

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	<i>Std. Error</i>	Beta		
<i>(Constant)</i>	.682	.837		.815	.417
<i>Ease of Use</i>	.496	.082	.643	6.085	.000
<i>Usefulness</i>	-.043	.082	-.041	-.521	.603
<i>Social Influence</i>	.527	.126	.359	4.176	.000

Sesuai dengan tabel di atas yaitu, hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh *ease of use* terhadap intensi menggunakan adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,085 > 1,982$ maka, H_0 1 di tolak dan H_a 1 di terima. Artinya terdapat pengaruh *ease of use* terhadap intensi menggunakan secara signifikan. Sesuai dengan tabel 4.16 yaitu, hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi

pengaruh *usefulness* terhadap intensi menggunakan adalah $0,603 > 0,05$ dan nilai t hitung $-0,521 < 1,982$ maka, H_{02} di terima dan H_{a2} di tolak. Artinya tidak terdapat pengaruh *usefulness* terhadap intensi menggunakan secara signifikan. Sesuai dengan tabel di atas yaitu, hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh *social influence* terhadap intensi menggunakan adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,176 > 1,982$ maka, H_{03} di tolak dan H_{a3} di terima. Artinya terdapat pengaruh *social influence* terhadap intensi menggunakan secara signifikan.

Tabel 3 Hasil Uji F

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	1970.166	3	656.722	323.699	.000 ^b
<i>Residual</i>	219.111	108	2.029		
<i>Total</i>	2189.277	111			

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh *ease of use*, *usefulness*, dan *social influence* terhadap intensi menggunakan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung $323,699 > 3,08$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_{04} di tolak dan H_{a4} di terima. Artinya terdapat pengaruh *ease of use*, *usefulness*, dan *social influence* secara bersama-sama terhadap intensi menggunakan secara signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan data dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa persepsi generasi Z terhadap intensi menggunakan dompet digital dipengaruhi

terutama oleh faktor *ease of use* dan *social influence*, yang keduanya memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi mereka dalam menggunakan teknologi ini. Variabel *usefulness* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap intensi menggunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *ease of use* dan *social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan dompet digital, sementara *usefulness* tidak berpengaruh secara statistik. Selain itu, *social influence* juga berperan penting dalam menentukan intensi menggunakan dompet digital oleh generasi Z. Dari segi karakteristik responden, mayoritas berusia 19-23 tahun dan berprofesi sebagai karyawan, dengan pengguna dompet digital terbanyak menggunakan Dana. Tingkat penerimaan responden terhadap *ease of use*, *usefulness*, *social influence*, dan intensi menggunakan dompet digital secara umum menunjukkan tingkat setuju dan sangat setuju, menandakan tingkat adopsi yang relatif tinggi. Secara keseluruhan, faktor *ease of use* dan *social influence* menjadi faktor utama yang mempengaruhi intensi generasi Z dalam menggunakan dompet digital, sementara faktor *usefulness* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini. Adapun Saran yang dapat disampaikan padap penelitian ini bahwa perusahaan pengembang dan penyedia layanan dompet digital perlu meningkatkan aspek kemudahan penggunaan dan membangun strategi pemasaran yang berfokus pada pengaruh sosial. Misalnya, promosi melalui media sosial dan komunitas dapat memperkuat pengaruh sosial positif terhadap niat pengguna. Untuk meningkatkan tingkat adopsi, pengembang perlu fokus pada peningkatan antarmuka pengguna agar lebih intuitif dan *user-friendly*, sehingga meningkatkan faktor *ease of use* dan mendorong penggunaan secara berkelanjutan. Meskipun *usefulness* tidak berpengaruh signifikan saat ini, pengembangan fitur yang dapat memberikan nilai tambah secara nyata bagi pengguna tetap penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Disarankan untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang faktor lain yang mungkin mempengaruhi niat penggunaan dompet digital, seperti keamanan transaksi, kepercayaan, dan faktor ekonomi, agar strategi pemasaran dan pengembangan layanan dapat lebih terfokus dan efektif. Serta melakukan studi kualitatif untuk mendalami motivasi dan persepsi. Dengan pendekatan kualitatif

seperti wawancara atau focus group discussion, peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai motivasi, hambatan, dan harapan pengguna terkait teknologi pembayaran non-tunai ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R. D. (2021). Strategi Pemimpin Dalam Digital Leadership Di Era Disrupsi Digital. *Jurnal Al-Irsyad Vol 11 No.1*
- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital Di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Vol. 8 No.1*
- Budiyanto, A. (2023). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Akademik Institut Bisnis Nusantara. *Jurnal Esensi Infokom Vol. 7 No. 2.*
- Nagri, E, P. (2021). Peran Digitalisasi Ekonomi dalam Perspektif Islam. *Journal of Practice Learning and Educational Development, Vol 1 No.4*
- Effendy, F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence: Intention to Use e-Wallet. *Advances In Economics, Business And Management Research, Vol 187*
- Fattah, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, CV. Harfa Creative.
- Muniarty, P., Dwiriansyah, M. S., Wulandari, W., Rimawan, M., & Ovriyadin, O. (2023). Efektivitas Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Di Kota Bima. *Jurnal Owner, Vol 7 No.3*
- Panggabean, S. A., & Tanjung, A. (2022). Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Jesya Vol 5 No.2*
- Samuel, J., & Sitompul, P. (2024). Extended Utaut Dalam Analisis Intensi Dan Perilaku Penggunaan Mobile Wallet: Faktor-Faktor Baru Yang Mempengaruhi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika Vol 18 No.1*
- Setyawati, R. E. (2020a). Pengaruh Perceived Usefullness, Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Atittude Towards Using Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Dikota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 3 No. 1.*