

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT PENGGUNAAN E-MONEY MELALUI APLIKASI PEMBAYARAN BERBASIS DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UTAUT

Meilinda Dwi Anugrah¹, Hermaya Ompusunggu²

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam

Jl. Soeprapto Tembesi, Muka Kuning, Batam

E-mail : Meilinda.Dwi@puterabatam.ac.id

diterima: 13/10/2020; direvisi: 16/1/2021; diterbitkan: 26/3/2021

Abstract: Today's technological developments encourage the use of e-money not only on payment cards, but also through digital-based payment apps. The study aims to identify what factors influence an individual's intention to use e-money through a digital-based payment app with the UTAUT model. Data collection is done by distributing questionnaires online through google docs. The sample used in this study was 290 e-money users in Batam City. Based on the results of hypothetical testing using WrapPLS 7.0, there are five supported hypotheses, while the other two hypotheses are not supported. This research contributes to government programs to realize the digital economy in various industrial sectors, especially to provide solutions for cashless transactions in Indonesia

Keywords: UTAUT; e-money; digital-based payment applications

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini mengubah sistem pembayaran tradisional menjadi sistem pembayaran digital. Penggunaan layanan pembayaran berbasis aplikasi digital bergantung pada perangkat ponsel karena lebih mudah dan praktis (Nag & Gilitwala, 2019). Perkembangan teknologi mendorong suatu inovasi baru, yaitu munculnya instrumen pembayaran secara elektronik yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 terkait dengan uang elektronik (*e-money*).

Digital money atau *electronic money* merupakan suatu unit dari uang digital yang mewakili uang nyata yang dapat digunakan sebagai media pertukaran elektronik (Lynch & Lundquist, 1996). Melalui *e-money*, pengguna akan mendapatkan keuntungan yaitu metode pembayaran dengan biaya yang lebih rendah, cepat, nyaman, mudah diakses, dapat diandalkan, dan tingkat risiko yang dapat diterima (Dehghan & Haghghi, 2015).

Perkembangan dari kemajuan teknologi mendorong penggunaan *e-*

money tidak hanya sebatas pada kartu pembayaran. Contoh dari sistem pembayaran yang berkembang saat ini adalah "*near field communication system*", yang mana setiap individu dapat melakukan pembayaran hanya dengan menggunakan perangkat elektronik, dompet seluler, transfer uang online, transfer dana secara elektronik, dan lain-lain (Gurkaynak & Yilmaz, 2015). Dengan demikian, *e-money* merupakan alat pembayaran modern yang tidak hanya menggunakan kartu, tetapi juga melalui aplikasi berbasis digital yang terkoneksi dengan rekening bank (Octabriyantiningtyas et al., 2019).

Seperti negara maju lainnya, Indonesia juga memiliki *e-money* melalui layanan aplikasi pembayaran berbasis digital. Diantaranya yaitu Gopay, OVO, Dana, Link Aja, Jenius, Doku Wallet, dan lain-lain. Menurut riset iPrice Group, aplikasi pembayaran berbasis digital dengan pengguna terbanyak diduduki oleh GO-PAY, OVO, Dana dan Link Aja (Devita, 2019). Setiap tahun pengguna *e-money* meningkat, namun peningkatan tersebut tidak diiringi dengan peningkatan

transaksi yang dilakukan menggunakan *e-money* (Octabriyantiningtyas et al., 2019). Hal ini terjadi di Indonesia, volume transaksi *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital tidak begitu tinggi dibandingkan dengan transaksi via ATM transfers, *debit cards*, dan *internet banking* (Agusta et al., 2018). Jika dibandingkan dengan Kawasan ASEAN lainnya, tingkat pertumbuhan transaksi dengan pembayaran seluler di Indonesia masih tertinggal (Taufan & Yuwono, 2019). Indonesia hanya tumbuh sekitar 47%, Vietnam sebesar 61%, Hongkong sebesar 64%, Thailand sebesar 67%, dan China sebesar 86% (PWC Research, 2019).

Penelitian Gunawan, Sinaga, & WP (2019) dan Sivathanu (2019) menggunakan model UTAUT untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi niat individu terhadap penggunaan *e-money*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitasi, dan kecemasan menjadi faktor yang mempengaruhi individu untuk menggunakan *e-money*.

Penelitian-penelitian sebelumnya tidak melakukan perluasan pengujian pada pengaruh tujuh konstruk model UTAUT terhadap niat individu pada penggunaan teknologi *e-money*. Penelitian terbatas pada menguji empat konstruk (ekspektansi kinerja, ekspektansi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitasi), sementara tiga konstruk lainnya tidak diuji secara lebih luas (efikasi diri, kecemasan, sikap terhadap penggunaan teknologi). Selain itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat individu terhadap penggunaan teknologi *e-money* di Indonesia, khususnya di daerah Kepulauan belum tersedia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat individu

menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital dengan model UTAUT. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *online* kepada pengguna *e-money* di Kota Batam.

Penelitian ini dilakukan karena penggunaan *e-money* yang belum merata ke seluruh daerah Indonesia, khususnya kota Batam. Tingkat penggunaan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital hanya tumbuh sekitar 1.63% di wilayah Kepulauan Riau (BPS Indonesia, 2019). Penggunaan aplikasi masih terbatas pada aplikasi Grab yang bekerja sama dengan OVO, Gojek dengan menggunakan GO-PAY, dan aplikasi Link Aja.

Penelitian ini menggunakan tujuh konstruk model UTAUT untuk menguji variabel mana yang berpengaruh signifikan terhadap niat individu untuk menggunakan *e-money*. Penelitian ini berkontribusi pada program pemerintah untuk mewujudkan perekonomian digital di berbagai sektor industry. Penelitian ini juga berkontribusi bagi penyedia layanan untuk memberikan informasi terkait faktor-faktor yang memengaruhi pengguna dalam menggunakan *e-money* sehingga penyedia layanan aplikasi dapat memberikan kepuasan pada pengguna.

TINJAUAN PUSTAKA

Terdapat beberapa teori yang menjelaskan bagaimana teknologi tersebut diterima dan digunakan oleh pemakainya (Hartono, 2008). Teori tersebut diantaranya yaitu: teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action* atau TRA), model penerimaan teknologi (*technology acceptance model* atau TAM), teori perilaku rencanaan (*theory of planned behavior/TPB*), dan lainnya. Berdasarkan teori-teori tersebut, Venkatesh et al., (2003) mengusulkan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) sebagai alternatif dari model TAM (Keong et al. 2012).

Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*) yaitu sejauh mana setiap individu percaya jika menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja. Terdapat lima konstruk dalam ekspektansi kinerja, yaitu: motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*), kegunaan persepsi (*perceived usefulness*), kesesuaian tugas (*job-fit*), ekspektasi hasil (*outcome expectations*), dan keuntungan relative (*relative advantage* (Venkatesh et al., 2003). Penelitian terdahulu menyatakan ekspektasi kinerja menjadi anteseden utama dalam adopsi pembayaran berbasis digital. Selain itu, penelitian terdahulu juga menunjukkan hubungan positif antara ekspektansi kinerja dengan niat menggunakan *e-money*. Sistem *e-money* melalui pembayaran berbasis digital memberikan kemudahan dan meningkatkan kinerja kepada konsumen untuk melakukan transaksi keuangan sehari-hari (Gunawan, Sinaga, & WP, 2019; Sivathanu, 2019). Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H1: ekspektansi kinerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat individu dalam menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

Ekspektansi usaha (*effort expectancy*) yaitu tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem. Terdapat tiga konstruk dari ekspektansi usaha, yaitu: kemudahan penggunaan persepsi (*perceived ease of use*), kerumitan (*complexity*), dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) (Venkatesh et al., 2003). Ekspektansi usaha memengaruhi kepuasan dan kelanjutan pengguna untuk menggunakan suatu sistem. Jika sistem mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan tidak begitu tinggi, dan apabila suatu sistem ternyata sulit untuk digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya (Hartono, 2008). Hasil

penelitian terdahulu menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif pada niat penggunaan aplikasi online (Tak & Panwar, 2017). Selain itu, ekspektasi usaha secara signifikan dapat mendorong adopsi aplikasi pembayaran berbasis digital melalui seluler (Gupta & Arora, 2020; Baishya & Samalia, 2020). Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H2: Ekspektansi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat individu dalam menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

Pengaruh sosial (*social influence*) yaitu sejauh mana individu mempersepsi kepentingan yang diyakini oleh orang lain memengaruhinya untuk menggunakan sistem yang baru. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengaruh sosial merupakan faktor pendukung yang kuat dalam menjelaskan varians niat perilaku dalam menerima suatu sistem pembayaran berbasis digital. Kesediaan individu untuk menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh opini orang-orang disekitarnya (Junadi & Sfenrianto, 2015; Al-Okaily et al., 2020). Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H3: Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat individu dalam menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*) yaitu kepercayaan individu bahwa infrastruktur organisasional dan teknikal tersedia untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kondisi pemfasilitasi berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi online melalui dompet seluler (Chawla & Joshi, 2019; Odoom & Kosiba, 2020). Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah:

H4: Kondisi pemfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat

individu dalam menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

Efikasi diri (*self efficacy*) mengukur kemampuan individu dalam menggunakan suatu teknologi untuk menyelesaikan pekerjaan (Venkatesh et al., 2003). Pada penelitian ini, efikasi diri merupakan pengukuran atas penilaian kemampuan individu dalam menggunakan suatu aplikasi pembayaran digital (Yu, 2014). Penelitian terdahulu menyatakan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan pada penggunaan pembayaran *mobile* secara digital (Al-Saedi et al., 2020). Hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah: H5: Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat individu dalam menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

Kecemasan (*anxiety*) merupakan aspek emosional seseorang ketika menggunakan suatu teknologi. Kecemasan didefinisikan sebagai kecemasan atau ketakutan individu dalam menggunakan komputer (Venkatesh et al., 2003). Tingkat kecemasan yang lebih tinggi pada suatu sistem akan mengarah pada sikap negatif dalam menggunakan sistem tersebut (Rana et al., 2017). Hipotesis keenam dalam penelitian ini adalah:

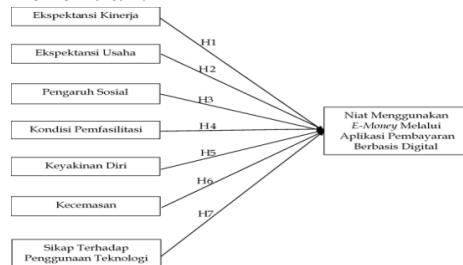
H6: Kecemasan berpengaruh negatif terhadap niat individu dalam menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

Sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) yaitu keseluruhan reaksi perasaan dari individu untuk menggunakan suatu sistem (Venkatesh et al., 2003). Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa sikap merupakan prediktor yang kuat dalam mempengaruhi niat individu dalam menggunakan layanan aplikasi pembayaran digital (Verma et al., 2020). Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa sikap berpengaruh

positif pada penggunaan layanan aplikasi pembayaran berbasis digital (Ting et al., 2016; Patil et al., 2020). Hipotesis ketujuh dalam penelitian ini adalah:

H7: Sikap terhadap penggunaan teknologi memiliki pengaruh positif terhadap niat individu dalam menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

Model penelitian ini adalah sebagai berikut: Gambar 1. Model Penelitian.



Sumber: Data penelitian, 2020

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner *online* selama kurang lebih satu bulan melalui *google docs*. Teknik *purposive sampling* yang digunakan di dalam penelitian ini untuk menentukan kriteria responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 290 pengguna *e-money* di Kota Batam yang bertransaksi melalui aplikasi pembayaran berbasis digital selama lima bulan terakhir (April 2020 s.d Agustus 2020).

Total kuesioner yang didistribusikan melalui *google docs* sebanyak 350. Sebelum responden melakukan pengisian kuesioner, peneliti memastikan bahwa mereka merupakan pengguna *e-money*. Total responden yang memiliki *e-money* adalah sebanyak 304 responden. Namun, hanya 290 responden yang termasuk dalam kriteria dikarenakan mereka memiliki *e-money* dan bertransaksi melalui aplikasi pembayaran berbasis digital selama lima bulan terakhir.

Instrumen penelitian diadaptasi dari penelitian terdahulu. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitasi, dan minat pengguna diadaptasi dari Venkatesh et al., (2012), Kecemasan dan sikap pengguna pengguna teknologi diadaptasi dari Rana et al., (2017). Efikasi diri diadaptasi dari Shaw (2014) dan Venkatesh et al., (2003). Instrumen penelitian menggunakan lima skala likert (sangat setuju = 5 s.d sangat tidak setuju = 1).

Pengujian instrument penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas menggunakan nilai *Average Variance Extracted* (AVE), jika nilai AVE $>0,5$, maka instrumen penelitian dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's alpha*, jika nilai alpha $>0,6$, maka instrumen dinyatakan reliabel (Hair et al., 2010). Peneliti menggunakan *SEM Partial Least Square* (PLS) dengan alat analisis WrapPLS 7.0 sebagai metode analisis statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 213 orang (73%), dan laki-laki sebanyak 77 orang (27%). Selanjutnya, umur responden didominasi oleh rentang umur 20-30 tahun sebanyak 190 orang (65%). Lalu, responden dengan rentang umur dibawah 20 tahun sebanyak 69 orang (24%), umur 30-40 tahun sebanyak 19 orang (7%), dan umur diatas 40 tahun sebanyak 12 orang (4 orang). Selanjutnya, pekerjaan responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 172 orang (59%) dan karyawan swasta sebanyak 97 orang (33%). Responden lainnya bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 8 orang (3%) dan PNS sebanyak 5 orang (2%). Sementara itu, pendapatan tertinggi didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan di rentang

Rp4.000.000 - Rp5.000.000 sebanyak 133 orang (46%); Rp2.000.000 - Rp3.000.000 sebanyak 73 orang (25%); dan Rp1.000.000 - Rp2.000.000 sebanyak 58 orang (20%).

Tabel 2: Data Demografi Responden

Kategori	Jumlah	Percentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	77	27
Perempuan	213	73
Umur (tahun)		
<20	69	24
20-30	190	65
30-40	19	7
>40	12	4
Pekerjaan		
Karyawan Swasta	97	33
PNS	5	2
Pelajar/Mahasiswa	172	59
Tidak/Belum Bekerja	8	3
Wiraswasta	8	3
Pendapatan		
>10 juta	9	3
1-2 juta	58	20
2-3 juta	73	25
4-5 juta	133	46
6-7 juta	12	4
8-10 juta	3	1
Tidak Menjawab	2	1

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan hasil pengujian, nilai Tenenhaus GoF sebesar 0,746 dan nilai ARS (*Average R-Squared*) sebesar 0,648. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian sudah memenuhi *goodness of fit* yaitu sebesar 64,8%. Dengan demikian, konstruk dari masing-masing variabel penelitian dapat diuji lebih lanjut dengan melakukan analisis validitas dan reliabilitas.

Selanjutnya, hasil pengujian menunjukkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai AVE untuk masing-masing konstruk adalah $>0,5$ (Hair et al., 2010). Selain itu, instrumen penelitian juga dinyatakan reliabel. Masing-masing konstruk penelitian menunjukkan nilai *composite reliability* (CR) sebesar $>0,8$ dan *cronbach's alpha* (CA) sebesar $>0,7$ (Hair et al., 2010).

Tabel 3: Validitas dan Reliabilitas

Konstruk	AVE	CR	CA
----------	-----	----	----

Ekspektasi (EK)	Kinerja	0,860	0,961	0,945
Ekspektasi (EU)	Usaha	0,859	0,961	0,945
Pengaruh (PS)	Sosial	0,743	0,919	0,878
Kondisi Pemfasilitasi (KP)		0,775	0,932	0,902
Efikasi Diri (ED)		0,570	0,841	0,747
Kecemasan (KC)		0,783	0,935	0,908
Sikap (S)		0,884	0,958	0,934
Niat Pengguna (NP)		0,830	0,936	0,897

Sumber: Data Penelitian, 2020

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%. Jika nilai *p value* dibawah 5%, maka hipotesis dinyatakan signifikan. Berikut hasil dari pengujian hipotesis masing-masing konstruk:

Tabel 4: Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Kostruk	<i>P Value</i>	Path	Keterangan
			Coefficient	
H1	EK → NP	<0,001	0,222	Terdukung
H2	EU → NP	0,031	0,108	Terdukung
H3	PS → NP	<0,001	0,183	Terdukung
H4	KP → NP	0,041	0,101	Terdukung
H5	ED → NP	0,114	0,070	Tidak Terdukung
H6	KC → NP	0,260	0,038	Tidak Terdukung
H7	S → NP	<0,001	0,443	Terdukung

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara ekspektasi kinerja dengan niat menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital. Dibuktikan dengan nilai *p value* = <0,001 dan *path coefficient* (0,222) menunjukkan arah positif.

Hasil pengujian hipotesis pertama mendukung hasil penelitian Gunawan, Sinaga, & WP (2019), yaitu ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan teknologi *e-money*. Selain itu, ekspektasi kinerja juga berpengaruh pada minat penggunaan sistem pembayaran digital (Sivathanu, 2019). Dengan demikian, sistem *e-money* yang dilakukan melalui pembayaran berbasis digital memberikan kemudahan dan meningkatkan kinerja kepada konsumen.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif dan terbukti signifikan terhadap niat menggunakan *e-*

money. Nilai *p value* = 0,031 dan *path coefficient* (0,108) menunjukkan arah positif. Semakin mudah menggunakan teknologi, maka semakin tinggi niat individu untuk menggunakan teknologi tersebut. Hasil pengujian hipotesis kedua mendukung hasil penelitian Gupta & Arora (2020); Khatimah & Halim (2014); Baishya & Samalia (2020), yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif pada penggunaan pembayaran berbasis digital melalui layanan seluler. Hal ini menunjukkan bahwa individu memiliki tingkat kemanfaatan yang tinggi ketika menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*. Nilai *p value* = <0,001 dan *path coefficient* menunjukkan arah positif. Semakin tinggi pengaruh sosial kepada individu individu untuk menggunakan suatu teknologi, maka semakin tinggi juga niat individu untuk menggunakan teknologi tersebut.

Hasil pengujian hipotesis ketiga mendukung hasil penelitian Junadi & Sfenrianto (2015) dan Al-Okaily et al., (2020). Kesediaan individu untuk menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh opini orang-orang disekitarnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu dengan pengaruh sosial yang tinggi memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital.

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kondisi pemfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *p value* = 0,041 dan *path coefficient* menunjukkan arah positif. Semakin tinggi fasilitas yang tersedia, semakin tinggi pula niat individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

Hasil pengujian hipotesis keempat

mendukung hasil penelitian Chawla & Joshi (2019) yang menunjukkan bahwa kondisi pemfasilitasi berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi *online* melalui dompet seluler. Selain itu, penelitian Odoom & Kosiba (2020) menunjukkan bahwa kondisi pemfasilitasi juga berpengaruh positif pada niat berkelanjutan perusahaan mikro untuk menggunakan pembayaran digital melalui seluler.

Hasil pengujian hipotesis kelima dan keenam tidak menunjukkan keterdukungan. Efikasi diri dan kecemasan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat menggunakan *e-money* ($p\ value = 0,114$; $p\ value = 0,260$). Efikasi diri tidak menjadikan seseorang menjadi lebih ahli dalam penggunaan teknologi. Penggunaan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital bukan untuk mengasah kemampuan teknologi seseorang, melainkan untuk mempermudah suatu transaksi.

Selain itu, kecemasan yang dimiliki individu cenderung rendah ketika menggunakan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital. Di Indonesia, *e-money* yang terkoneksi dengan aplikasi pembayaran berbasis digital memiliki *QR Code* dan layanan keamanan seperti *finger print*, kode transaksi, dan jaminan kerahasiaan data. Faktor-faktor ini memicu individu untuk mempercayai aplikasi pembayaran yang digunakan, sehingga rasa kecemasan tidak menjadi faktor pendukung dalam penggunaan *e-money* melalui aplikasi tersebut.

Hasil pengujian hipotesis kelima berbeda dengan hasil penelitian Al-Saedi et al., (2020); dan Boonsirithomachai & Pitchayadejanant (2017); yang menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan pada penggunaan pembayaran *mobile* secara digital.

Hipotesis keenam menunjukkan

hasil yang tidak signifikan, yakni kecemasan berpengaruh negatif pada niat menggunakan *e-money* melalui pembayaran berbasis digital. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Venkatesh et al., (2003) dan Verkijika (2020) yang menunjukkan tidak adanya signifikansi antara kecemasan dan niat untuk menggunakan suatu teknologi. Kecemasan hanya sebuah emosi atau perasaan yang tidak berhubungan dengan penerimaan suatu aplikasi sistem pembayaran berbasis digital. Semakin meningkatnya popularitas penggunaan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital, maka tingkat kecemasan untuk menggunakan aplikasi tersebut akan semakin berkurang.

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*. Nilai $p\ value = <0,001$ dan *path coefficient* menujukkan arah positif. Semakin tinggi sikap positif yang ditunjukkan oleh suatu individu terhadap teknologi, maka semakin tinggi niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian, individu memiliki persepsi positif pada penggunaan *e-money*. Hasil pengujian hipotesis ketujuh mendukung hasil penelitian Patil et al., (2020) yang menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap pembayaran berbasis digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan *e-money* melalui aplikasi pembayaran berbasis digital menggunakan model UTAUT. Peneliti menggunakan tujuh konstruk dari model UTAUT untuk menganalisis faktor terkuat yang memengaruhi individu dalam menggunakan *e-money*. Lima diantara konstruk yang diajukan memiliki tingkat signifikansi paling tinggi dalam memengaruhi minat individu terhadap

penggunaan *e-money*, khususnya di Kota Batam. Diantaranya yaitu; ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan sikap terhadap penggunaan teknologi. Kemudian, faktor lainnya adalah ekspektasi usaha dan fasilitas pemfasilitasi. Konstruk efikasi diri dan kecemasan menjadi faktor yang tidak berpengaruh terhadap niat individu untuk menggunakan *e-money*.

Keterbatasan penelitian ini adalah terhambatnya proses interview secara mendalam terhadap hasil kuesioner yang diisi oleh responden. Penyebaran kuesioner hanya berfokus di Kota Batam karena tingkat penggunaan *e-money* masih rendah. Penelitian selanjutnya dapat menganalisis lebih mendalam mengenai fenomena atas ketidakter dukungan hipotesis pada konstruk efikasi diri dan kecemasan. Analisis lanjut juga dapat memperluas sampel penelitian dan menambah konstruk lainnya pada model UTAUT 2.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, J., Adi, W., Muksit, H., Hutabarat, K., & Hanzdima, A. (2018, March 5). *Mobile Payments In Indonesia: Race to Big Data Domination*. Diakses dari MDI Ventures by Telkom Indonesia:
<https://mdi.vc/whitepaper/detail/3/Mobile%20Payments%20In%20Indonesia%3A%20Race%20to%20Big%20Data%20Domination>
- Al-Okaily, M., Lutfi, A., Alsaad, A., Taamneh, A., & Alsyouf, A. (2020). The Determinants of Digital Payment Systems' Acceptance under Cultural Orientation Differences: The Case of Uncertainty Avoidance. *Technology in Society*, 63, 101367.
[doi:<https://doi.org/10.1016/j.techso.2020.101367>](https://doi.org/10.1016/j.techso.2020.101367)
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption. *Technology in Society*, 62, 101293.
[doi:<https://doi.org/10.1016/j.techso.2020.101293>](https://doi.org/10.1016/j.techso.2020.101293)
- Baishya, K., & Samalia, H. V. (2020). Extending unified theory of acceptance and use of technology with perceived monetary value for smartphone adoption at the bottom of the pyramid. *International Journal of Information Management*, 51, 102036.
[doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijinfo.2019.11.004>](https://doi.org/10.1016/j.ijinfo.2019.11.004)
- Boonsiritomachai, W., & Pitchayadejanant, K. (2017). Determinants affecting mobile banking adoption by generation Y based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model modified by the Technology Acceptance Model concept. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, xxx, 1-10.
[doi:<https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.10.005>](https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.10.005)
- BPS Indonesia. (2019). *Statistik E-Commerce 2019*. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590-1618. doi:10.1108/IJBM-09-2018-0256
- Dehghan, F., & Haghghi, A. (2015). *E-money regulation for consumer protection*. *International Journal of Law and Management*, 610-620.
[doi:<https://doi.org/10.1108/IJLMA-06-2014-0042>](https://doi.org/10.1108/IJLMA-06-2014-0042)
- Devita, V. D. (2019, August 12). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?* Diambil kembali dari Iprice:

- <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Gunawan, H., Sinaga, B. L., & WP, S. P. (2019). Assessment of the Readiness of Micro, Small and Medium Enterprises in Using *E-money* Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Method. *Procedia Computer Science*, 161, 316-323.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.129>
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88-114. doi:10.1108/SAJBS-03-2019-0037
- Gurkaynak, G., & Yilmaz, I. (2015, June). Regulating payment services and electronic money: A comparative regulatory approach with a specific focus on Turkish legislation. *Computer Law & Security Review*, 31(3), 401-411. doi:<https://doi.org/10.1016/j.clsr.2015.03.009>
- Hair Jr, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. (7, Penyunt.) Prentice Hall.
- Hartono, J. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Publisher.
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-Payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59, 214 – 220. doi:10.1016/j.procs.2015.07.557
- Keong, M. L., Ramayah, T., Kurnia, S., & Chiun, L. M. (2012). Explaining intention to use an enterprise resource planning (ERP) system: an extension of the UTAUT model. *Business Strategy Series*, 13(4), 173 - 180.
doi:<https://doi.org/10.1108/17515631211246249>
- Khatimah, H., & Halim, F. (2014, July). Consumers' Intention to Use *e-money* in Indonesia Based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*, 8(12), 34-40. Diambil kembali dari <http://repo.uum.edu.my/id/eprint/12776>
- Lynch, D. C., & Lundquist, L. (1996). *Digital Money The New Era Of Internet Commerce* (1st ed.). New York, United States: John Wiley and Sons Ltd.
- Nag, A. K., & Gilitwala, B. (2019, November). E-Wallet- Factors Affecting Its Intention to Use. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(4). doi:10.35940/ijrte.D6756.118419
- Octabriyantiningtyas, D., Suryani, E., & Jatmiko, A. R. (2019). Modeling Customer Satisfaction with the Service Quality of *E-money* in Increasing Profit of PT. Telekomunikasi Indonesia. *Procedia Computer Science*, 161, 943–950.
doi:10.1016/j.procs.2019.11.203
- Odoom, R., & Kosiba, J. P. (2020). Mobile money usage and continuance intention among micro enterprises in an emerging market – the mediating role of agent credibility. *Journal of Systems and Information Technology*, 22(1), 97-117. doi:10.1108/JSIT-03-2019-0062
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness,

- anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54, 102144.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- PWC Research. (2019). *It's time for a consumer-centred metric: introducing 'return on experience'*. Diambil kembali dari PWC Global: <https://www.pwc.com/ee/et/publications/pub/Consumer-Insight-Survey-2019-report.pdf>
- Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., Lal, B., Williams, M. D., & Clement, M. (2017). Citizens' adoption of an electronic government system: towards a unified view. *Inf Syst Front*, 19, 549–568. doi:10.1007/s10796-015-9613-y
- Shaw, N. (2014). The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet. *Retailing and Consumer Services*, 21, 449–459. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.retcconser.2014.03.008>
- Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143-171. doi:10.1108/JSTPM-07-2017-0033
- Tak, P., & Panwar, S. (2017). Using UTAUT 2 Model to Predict Mobile App based shopping: Evidences from India. *Journal of Indian Business Research*, 9(3), 248-264. doi:<https://doi.org/10.1108/JIBR-11-2016-0132>
- Taufan, A., & Yuwono, R. T. (2019, July). Analysis of Factors That Affect Intention to Use e-Wallet through the Technology Acceptance Model Approach (Case Study: GO-PAY). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 8(7). doi:10.21275/ART2020219
- Ting, H., Yacob, Y., Liew, L., & Lau, W. M. (2016). Intention to Use Mobile Payment System: A Case of Developing Market by Ethnicity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 368 – 375. doi:10.1016/j.sbspro.2016.05.390
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003, Sept). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. doi:10.2307/30036540
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012, March). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. doi:10.2307/41410412
- Verkijika, S. F. (2020). An affective response model for understanding the acceptance of mobile payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 39, 100905. doi:<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100905>
- Verma, S., Chaurasia, S. S., & Bhattacharyya, S. S. (2020). The effect of government regulations on continuance intention of in-store proximity mobile payment services. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 34-62. doi:10.1108/IJBM-10-2018-0279
- Yu, C.-S. (2014, June). Consumer Switching Behavior From Online Banking To Mobile Banking. *International Journal of Cyber Society and Education*, 7(1), 1-28. doi:10.7903/ijcse.1108.