



PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MENGGUNAKAN E-WALLET DI KOTA DENPASAR

Ni Made Ayu Mila Paramitha¹ Luh Putu Mahyuni²

Article history:

Submitted: 26 November 2021
Revised: 8 Desember 2021
Accepted: 13 Januari 2022

Keywords:

Interest to use;
Millennial Generation;
Perceived Ease of Use;
Perceived Usefulness;
Perceived Risk;

Kata Kunci:

Generasi Milenial;
Minat Penggunaan;
Persepsi Kemudahan;
Persepsi Manfaat;
Persepsi Risiko;

Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas
Pendidikan Nasional
Denpasar, Bali, Indonesia
Email:
mahyuniluhputu@undiknas.ac.id

Abstract

This study aims to empirically test the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived risk on millennial's interest in e-wallet usage. Technology acceptance model was applied as a theoretical framework to investigate the determinants of e-wallet acceptance. This study used a quantitative approach targeting the millennial's e-wallet users. Research data were collected through online survey with googleform and resulted in 145 respondents' answers which were then analyzed using SmartPLS. Research findings revealed that risk was not significantly influence millennial's interest in e-wallet usage. While ease of use and perceived usefulness were found to be significant predictors of e-wallet acceptance among millennials. Perceived ease of use has the greatest influence on e-wallet acceptance compared to other variables. This study offers some practical recommendations for e-wallet providers to better understand millennials preferences and fulfil their expectations.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan dompet digital. *Technology acceptance model* digunakan sebagai kerangka teoritis dalam menginvestigasi determinan penerimaan dompet digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menyorot pada pengguna dompet digital khususnya generasi milenial. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner online dengan *googleform* dan menghasilkan sebanyak 145 jawaban responden yang kemudian dianalisis menggunakan SmartPLS. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan dompet digital. Sementara faktor persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan mampu menjelaskan secara signifikan minat generasi milenial menggunakan dompet digital. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh paling besar terhadap minat generasi milenial menggunakan dompet digital dibandingkan faktor lain. Penelitian ini menawarkan rekomendasi praktis bagi penyedia dompet digital untuk dapat memahami lebih baik preferensi generasi milenial dan memenuhi harapan mereka.

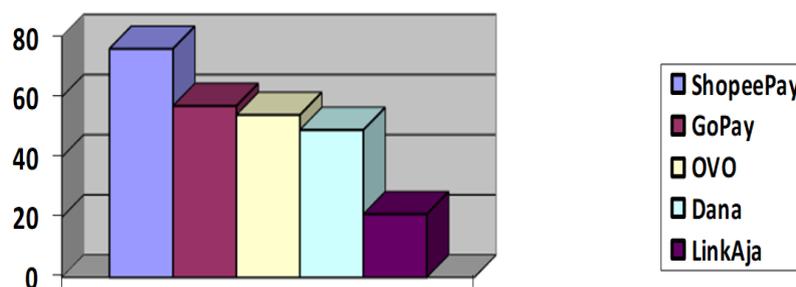
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi keuangan (*financial technology*) di Indonesia mengalami kemajuan yang sangatlah pesat. Sistem pembayaran secara digital merupakan suatu cara modern dalam melakukan transaksi moneter (Dewi dan Mahyuni, 2020). *E-wallet* yaitu bentuk teknologi bidang finansial yang populer di Indonesia, dimana aplikasi keuangan ini mampu menyimpan dana secara digital dan kemudian dapat digunakan dalam bertransaksi melalui *scan QR code* (Febrilia *et.al.*, 2020). Data publikasi *DailySocial* menyatakan terjadinya peningkatan penggunaan *financial technology* (*fintech*) terutama pada penggunaan *digital wallet* di Indonesia di tengah situasi pandemi, dimana dompet digital menempati posisi teratas dengan persentase penggunaan sebesar 70.7% secara nasional. Hasil survei perkembangan *fintech* selama masa pandemi menunjukkan bahwa masyarakat mulai berangsur-angsur menerima penggunaan *digital wallet* dan masyarakat mulai sadar akan keefektifan metode pembayaran digital.

Tabel 1.
Data Penggunaan *Financial Technology* (2020)

No	Aplikasi <i>Fintech</i>	Persentase Penggunaan
1	Digital Wallet	70,7 %
2	Paylater	45,2 %
3	Investment	28,4 %
4	Insurtech	13,0 %
5	Payday Loan	12,0 %
6	Working Capital Loan	11,8 %
7	Consumer Loan	9,5 %
8	Equity Crowdfunding	5,0 %
9	Remittance	3,8 %

Sumber: *Fintech Report 2020, dailysocial.id*



Sumber: Survei Snapcart 2021, kontan.co.id

Gambar 1.
Persentase Pengguna *E-Wallet* Tahun 2021

Generasi milenial yang lebih melek mengenai perkembangan dan tren teknologi membuat lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang kian cepat berkembang sehingga membuat penggunaan *fintech* terus meningkat dikarenakan faktor efektivitas dan kemudahan yang didapatkan (Mahyuni *et.al.*, 2020). Penerimaan teknologi pada layanan *e-wallet* mulai digemari oleh generasi milenial, yang mulai populer digunakan di Indonesia adalah *ShopeePay*. Hasil publikasi survei yang dilakukan oleh lembaga riset *Snapcart* yang dikutip dari kontan.co.id berdasarkan jumlah pengguna dompet digital pada awal tahun 2021, *ShopeePay* menempati urutan pertama dengan jumlah

pengguna terbanyak sebesar 76% dan berhasil mengambil sebesar 38% pangsa pasar secara keseluruhan. Meskipun dari segi jumlah pengguna *ShopeePay* unggul dari *e-wallet* yang lain, masih ada sebagian masyarakat yang belum berminat untuk menggunakan fitur ini atau masih melakukan transaksi secara tunai, dimana dalam perkembangan teknologi yang terus berkembang menimbulkan pro dan kontra pada penerimaan *e-wallet* di kalangan generasi milenial, semakin banyak jumlah pengguna *e-wallet ShopeePay* maka persepsi dari masing-masing penggunanya juga berbeda-beda. Sehingga, sangatlah krusial untuk mengkaji determinan yang berperan dalam keputusan pengguna dalam penggunaan layanan *e-wallet ShopeePay*.

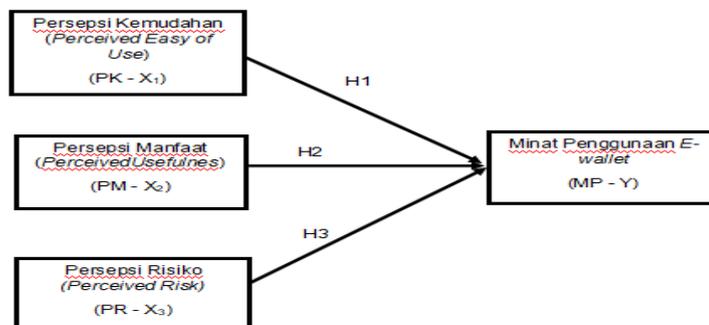
Penelitian yang relevan mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan (PEOU) berperan penting dalam mempengaruhi minat dan keputusan dalam penggunaan *e-wallet* (Abrilia dan Sudarwanto, 2020). Persepsi kemudahan mencerminkan tingkat keyakinan seseorang jika penggunaan dari suatu sistem mudah untuk dipahami dan tanpa mengerahkan usaha keras untuk menggunakannya (Anggraeni, 2015). Persepsi kemudahan pada penggunaan dompet digital meliputi kemudahan layanan saat bertransaksi, hingga kemudahan untuk melakukan *top-up*. Ketika persepsi kemudahan yang dimiliki oleh setiap individu atas penggunaan *e-wallet* tinggi, maka minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* cenderung semakin meningkat (Abrilia dan Sudarwanto, 2020). Sari *et.al.*, (2020) menemukan bahwa persepsi kemudahan dengan studi kasus berfokus pada pengguna aplikasi Gopay dan LinkAja di wilayah Jabodetabek tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Sedangkan Prakosa dan Wintaka (2020) mengungkapkan bahwa minat penggunaan dompet digital Gopay dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. Temuan dari (Latifah dan Kurnianingsih, 2020; Nasir, 2021) mengkonfirmasi bahwa kemudahan yang dirasakan pengguna secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Sehingga, hipotesis yang dirumuskan yaitu, H1: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *ShopeePay*

Persepsi manfaat juga dapat memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *e-wallet*, dimana mencerminkan suatu ukuran kepercayaan pengguna bahwa sistem tertentu dapat memaksimalkan performa mereka dalam bekerja (Purba *et.al.*, 2020). Seseorang akan menggunakan dompet digital bilamana teknologi tersebut dapat menawarkan manfaat dalam melakukan transaksi. Semakin pengguna merasakan manfaat *e-wallet* dalam hal meningkatkan kinerja dan efektivitas, maka pengguna akan semakin sering menggunakan *e-wallet*. Utami dan Kusumawati (2017) dan Ernawati dan Noersanti (2020) gagal dalam membuktikan bahwa manfaat yang dipersepsikan oleh pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Sedangkan (Atriani, *et.al.*, 2021; Safitri dan Diana, 2020; Sudyasjayanti dan Salsabil, 2020) menegaskan bahwa pada penggunaan dompet digital OVO, semakin banyak manfaat dari teknologi *e-wallet* akan mampu meningkatkan minat menggunakan *e-wallet*. Maka, hipotesis selanjutnya yang diajukan yaitu, H2: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *ShopeePay*.

Dalam penggunaan teknologi, terlebih lagi dalam bidang keuangan khususnya *e-wallet* sebagai pembayaran non-tunai, tentunya terikat dari risiko yang harus dipertimbangkan. Oleh karena itu, persepsi risiko juga dapat menentukan minat pengguna *e-wallet* (Priyono, 2017). Risiko yang cukup menjadi perhatian adalah terjadinya pembobolan dompet digital melalui data pribadi pengguna yang mudah dimanipulasi. Ketika banyak muncul kasus pembobolan dompet digital, tentu persepsi risiko pengguna atas keamanan dompet digital menjadi semakin meningkat, sehingga minat para pengguna dalam menggunakan dompet digital akan semakin berkurang. Achadi (2020) mengungkapkan bahwa risiko berpengaruh positif terhadap minat adopsi *e-wallet*. Akan tetapi Nasir (2021) dan Diah *et.al* (2020) menyatakan bahwa persepsi risiko menunjukkan arah negatif pada minat mengadopsi dompet digital OVO. Situasi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang dipersepsikan pengguna *e-wallet* dapat mengurangi minat menggunakan *e-wallet*. Maka dari itu,

hipotesis ketiga pada studi ini yaitu, H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *ShopeePay*.

Technology Acceptance Model merupakan model teoritis yang diciptakan untuk menjelaskan penggunaan dan penerimaan sebuah teknologi (Davis *et.al.*, 1989). Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat menjadi dua komponen utama dalam *technology acceptance model* yang dapat menentukan sikap dan intensi individu terhadap penggunaan sebuah teknologi (Ariasih *et al.*, 2021). Dengan demikian, *Technology Acceptance Model* akan digunakan sebagai kerangka teoritis yang dapat menjelaskan determinan yang mempengaruhi penerimaan pengguna untuk menggunakan teknologi *e-wallet ShopeePay* pada generasi milenial.



Gambar 2.
Kerangka Pemikiran

Mengingat terdapat banyaknya penelitian yang mengkaji tentang determinan terhadap minat penggunaan *e-wallet* terutama pada Aplikasi LinkAja, OVO, GoPay, dan Dana, menyebabkan masih terbatasnya penelitian terkait minat penggunaan yang berfokus pada layanan *e-wallet* *Shopeepay* sebagai pendatang baru di pasar *e-wallet*. Selain itu, inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mendorong semakin penting dilakukannya pengujian ulang untuk memperoleh bukti empiris. Penelitian ini mengisi kesenjangan dalam literatur terkait minat penggunaan *e-wallet ShopeePay* berdasarkan aspek kemudahan, manfaat, dan risiko.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kerangka teori TAM dalam menginvestigasi tingkat penerimaan *e-wallet ShopeePay* di Kota Denpasar. Adapun populasi yang digunakan yaitu seluruh generasi milenial yang tersebar di Kota Denpasar dengan jumlah sebesar 176.541 jiwa (BPS Kota Denpasar, 2020). Melalui teknik *purposive sampling*, ditentukan sampel penelitian merupakan generasi milenial dengan rentang usia antara 18-41 tahun yang berdomisili di Denpasar dan telah melakukan transaksi paling sedikit satu kali dengan menggunakan *e-wallet ShopeePay*. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online dengan *google form*. Link kuesioner kemudian disebarakan melalui *platform chatting* seperti *Whatsapp*, *Telegram*, ataupun melalui media sosial kepada responden yang merupakan generasi milenial berasal dari Kota Denpasar. Adapun jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 145 orang generasi milenial. Data jawaban responden kemudian dianalisis melalui pendekatan *Structural Equation Model* melalui SmartPLS 3.2.9. Evaluasi model pengukuran dianalisis melalui validitas konvergen dan diskriminan, serta melalui *composite reliability* (CR) dan *cronbach's alpha*. Sedangkan evaluasi model struktural dilakukan dengan analisis R^2 dan uji signifikansi hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

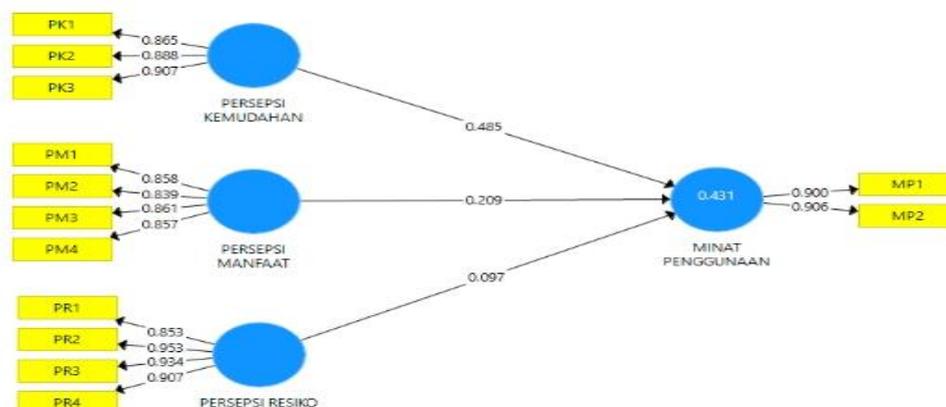
Uji *outer model* dilaksanakan dengan menganalisis validitas dan reliabilitas konstruk dari instrumen penelitian.

Tabel 2.
Hasil Evaluasi Model Pengukuran

No.	Indikator Validitas/Reliabilitas	Variabael				
		PK	PM	PR	MP	
1	AVE (Validitas konvergen): >0.50	0.786	0.729	0.832	0.815	
2	Composite Reliability (CR): >0.70	0.917	0.915	0.952	0.898	
3	Cronbach's Alpha: >0.70	0.864	0.877	0.936	0.773	
4	Cross Loading (Validitas diskriminan): Nilai <i>outer loading</i> indikator dengan konstruk latennya harus lebih besar daripada nilai <i>loading</i> dengan konstruk laten lainnya	PK.1	0.865	0.581	-0.002	0.547
		PK.2	0.888	0.615	-0.012	0.537
		PK.3	0.907	0.682	-0.031	0.592
		PM.1	0.674	0.858	-0.004	0.564
		PM.2	0.555	0.839	0.026	0.437
		PM.3	0.569	0.861	0.013	0.435
		PM.4	0.599	0.857	0.020	0.428
		PR.1	-0.041	-0.053	0.853	0.029
		PR.2	-0.005	0.039	0.953	0.107
		PR.3	-0.043	-0.001	0.934	0.081
		PR.4	0.006	0.019	0.907	0.079
		MP.1	0.572	0.503	0.012	0.900
MP.2	0.567	0.498	0.152	0.906		

Catatan: PK: Persepsi Kemudahan; PM: Persepsi Manfaat; PR: Persepsi Risiko; MP: Minat Penggunaan
Sumber: Data Diolah, 2021

Evaluasi model pengukuran mendemonstrasikan bahwa data pada penelitian telah memenuhi ketentuan validitas dan reliabilitas. Tabel 2 mengkonfirmasi bahwa nilai AVE yang diperoleh pada masing-masing konstruk berada di atas nilai ekspektasi yaitu 0.5, dimana telah memenuhi persyaratan validitas konvergen. Selain itu, output *cross loading* memberikan makna bahwa nilai korelasi indikator terhadap konstruknya lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi indikator dengan konstruk lainnya, dimana mengisyaratkan adanya validitas diskriminan yang baik.



Sumber: Data Diolah, 2021

Gambar 3.
Path Model Determinan Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet Generasi Milenial

Selanjutnya, pengujian reliabilitas menunjukkan *output composite reliability* (CR) dan *cronbach's alpha* pada tiap konstruk melebihi nilai ekspektasi sebesar 0.7, dimana data penelitian dapat dikatakan reliabel. Kemudian, evaluasi model struktural dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* yaitu dengan menguji nilai R^2 dan signifikansi *path coefficients*.

Tabel 3.
Hasil Pengujian Model Struktural

	Original Sample	T Statistics	P Values
Persepsi Kemudahan (PEOU) -> Minat Penggunaan	0.485	4.838	0.000
Persepsi Manfaat (PU) -> Minat Penggunaan	0.209	1.894	0.029
Persepsi Resiko (PR) -> Minat Penggunaan	0.097	1.198	0.116

R-Square: 0.431

Sumber: Data Diolah, 2021

Hasil analisis model struktural pada Tabel 3 menjelaskan bahwa nilai koefisien determinasi R^2 variabel minat penggunaan sebesar 0.431, yang memiliki makna bahwa minat penggunaan dapat diterangkan sebesar 43.1% oleh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko. Di sisi lain, sebesar 56.9% dipengaruhi oleh faktor diluar model penelitian. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa hanya dua hipotesis penelitian yang diterima dan terdapat 1 hipotesis ditolak.

Pertama, temuan penelitian menjelaskan bahwa tingkat kemudahan yang dirasakan memberikan pengaruh positif sebesar 48.5% terhadap terhadap minat penggunaan. Nilai *t-statistics* dan *p-values* berdasarkan hasil analisis *bootstrapping* diperoleh sebesar 4.838 (> 1.65) dan 0.000 (< 0.05). Sehingga hubungan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan dompet digital *ShopeePay* secara statistik terbukti signifikan, dimana hasil ini mengindikasikan bahwa semakin mudah penggunaan *e-wallet ShopeePay* yang dipersepsikan oleh generasi milenial akan mampu meningkatkan minat penggunaan. Hasil ini mendemonstrasikan bahwa persepsi kemudahan memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap minat penggunaan dibandingkan dengan variabel independen lainnya dalam penelitian ini, sehingga dalam meningkatkan minat penggunaan *e-wallet ShopeePay* pada generasi milenial, persepsi kemudahan harus mendapatkan perhatian yang cukup besar. Pada dewasa ini generasi milenial yang dikenal lebih sering berinteraksi dengan mengandalkan teknologi dalam hampir setiap garis kehidupannya, menjadikan generasi milenial terbiasa akan suatu hal yang lebih mudah dan praktis (Ramdhani, 2018). Dengan kemudahan yang diberikan dalam penggunaan *e-wallet* seperti kemudahan untuk dioperasikan, kemudahan untuk mendapatkan layanan, dan kemudahan untuk dipelajari menjadikan generasi milenial lebih sering melakukan transaksi secara digital daripada melakukan transaksi secara konvensional yang dianggap lebih rumit.

Selain itu, diantara semua indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan ternyata responden memberikan skor paling tinggi pada indikator PK3 yaitu “dengan layanan *Shopeepay* memungkinkan saya lebih mudah dalam melakukan transaksi”. Hasil ini menunjukkan generasi milenial sudah merasakan bahwa penggunaan *ShopeePay* dapat membantu mereka lebih mudah dalam melakukan transaksi. Sehingga jika ingin memberikan persepsi kemudahan kepada generasi milenial untuk meningkatkan minat penggunaan *ShopeePay*, perusahaan penyedia *ShopeePay* perlu memfokuskan pada *fitur/layanan* yang dapat memudahkan transaksi pada penggunaan *e-wallet*. Hasil penelitian ini selaras dengan temuan (Noviatun & Riptiono, 2021; Prakosa & Wintaka, 2020; Abrilia & Sudarwanto, 2020; Latifah & Kurnianingsih, 2020; Nasir, 2021). Artinya jika sebuah

aplikasi dompet digital dapat dengan mudah digunakan oleh penggunanya, maka hal tersebut akan membentuk minat positif pengguna dalam meningkatkan minat penggunaan *e-wallet*. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga searah dengan penelitian oleh (Pratama & Suputra, 2019; Susilo *et.al.*, 2019) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan secara positif dan signifikan mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet*. Generasi milenial percaya dan merasa bahwa dompet digital ini mudah digunakan, dipelajari, dimengerti, dan sangat mudah dalam hal menjadi terampil (Pratama & Suputra, 2019). Ditambah dengan mudahnya penggunaan *e-wallet* untuk melakukan segala transaksi untuk menunjang kebutuhan sehari-hari tanpa perlu keluar rumah yang tentunya menghemat tenaga dan biaya. Dengan kemudahan sistem pembayaran yang disediakan dalam *e-wallet* yang bisa digunakan dimanapun dan kapanpun secara sederhana, membuat pengguna yakin untuk menggunakannya (Setyawati, 2020). Disisi lain temuan penelitian ini diperkuat oleh teori TAM yang menyatakan persepsi kemudahan merupakan faktor penentu dari minat penggunaan sebuah sistem/teknologi (Davis *et.al.*, 1989). Sehingga, pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi apabila mudah digunakan.

Kedua, temuan penelitian memperlihatkan bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif sebesar 20.9% terhadap minat penggunaan. *Output t-statistics* dan *p-values* yang diperoleh masing-masing sebesar 1.894 (> 1.65) dan 0.029 (< 0.05). Hasil ini menerangkan bahwa hubungan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet ShopeePay* secara statistik terbukti signifikan, dimana mengisyaratkan bahwa semakin banyak manfaat dari penggunaan *e-wallet ShopeePay* yang dipersepsikan oleh generasi milenial akan mampu meningkatkan minat penggunaan. Hasil penelitian ini didukung oleh temuan (Atriani, *et.al.*, 2021; Kumala *et.al.*, 2020; Safitri & Diana, 2020; Sari *et.al.*, 2020; Sudyasjayanti & Salsabil, 2020). Tidak hanya itu, hasil temuan (Haidari & Tileng, 2018; Silaen & Prabawani, 2019) mengkonfirmasi bahwasanya persepsi manfaat memiliki pengaruh secara positif kepada minat penggunaan *e-wallet*. Hasil ini menunjukkan semakin besar persepsi manfaat, maka akan semakin tinggi pula minat penggunaan dari *e-wallet*. Para generasi milenial merasa dengan memanfaatkan penggunaan dari dompet digital ini dalam kegiatan tiap harinya mampu membuat produktivitas meningkat, kinerja akan lebih efisien, tentunya akan membantu segala kegiatan transaksi pembayaran (Pratama & Suputra, 2019). Adapun indikator memberikan kontribusi terbesar dari responden yaitu indikator PM3 “dengan menggunakan layanan *ShopeePay*, saya mendapatkan *cashback* berupa *point* setelah melakukan transaksi pembayaran” dimana mengisyaratkan bahwa minat generasi milenial untuk menggunakan *e-wallet ShopeePay* sangat bergantung pada manfaat/keuntungan yang diberikan *ShopeePay* yaitu *cashback* berupa *point* yang didapatkan.

Temuan penelitian ini juga diperkuat dengan adanya keterkaitan dengan dengan teori TAM yang menyatakan persepsi manfaat merupakan faktor penentu yang menjadi tolak ukur atau menjadi penentu utama bagi setiap individu dalam menggunakan sebuah sistem/teknologi (Davis *et.al.*, 1989). Persepsi manfaat menggambarkan derajat atau ukuran untuk mengetahui seberapa jauh keyakinan individu bahwa pemanfaatan suatu sistem atau teknologi dapat mendatangkan manfaat yang kemudian dapat menambahkan kinerja individu (Safitri & Azizah, 2021). Ketika seseorang pengguna teknologi telah merasakan manfaat yang sesuai dengan janji yang ditawarkan oleh sebuah teknologi, maka akan muncul rasa puas yang nantinya dapat mendorong minat seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut. Pada aspek penggunaan dompet digital, ketika manfaat atau kegunaan yang dijanjikan oleh *platform e-wallet* secara nyata telah dirasakan oleh pengguna, maka minat pengguna akan semakin tinggi dalam menggunakan layanan *e-wallet*.

Ketiga, analisis model struktural mendemonstrasikan bahwa persepsi risiko gagal dalam mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet ShopeePay* pada generasi milenial, dimana nilai *t-statistics* dan *p-values* diperoleh sebesar 1.198 (< 1.65) dan 0.116 (> 0.05). Dengan demikian, hubungan

persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* ShopeePay secara statistik terbukti tidak signifikan, dimana semakin tinggi atau semakin rendahnya risiko *e-wallet* *ShopeePay* yang dirasakan atau dipersepsikan oleh pengguna atau generasi milenial tidak akan mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan *e-wallet* *ShopeePay*. Temuan penelitian ini didukung oleh Ardianto dan Azizah (2021) yang mengisyaratkan pengguna *e-wallet* pada penelitian ini yang sebagian besar adalah generasi milenial yang tergolong masih muda yang masih memiliki jiwa petualang cenderung tidak memperhatikan risiko yang akan dihadapi ketika bertransaksi dengan menggunakan *e-wallet*. Pernyataan tersebut diperkuat oleh (Bayu, 2017; Soebaktio, 2018) yang menyatakan generasi milenial masih termasuk dalam usia muda yang terlihat kreatif, lebih berani mengambil risiko dan menyukai tantangan. Oleh karena itu, dalam bertransaksi dengan memanfaatkan layanan *e-wallet* generasi milenial cenderung akan mengabaikan dan tidak terlalu khawatir mengenai risiko dalam bertransaksi dan tetap menggunakan platform *e-wallet* *ShopeePay*. Selain itu, Prakosa dan Sumantika (2020) dalam penelitiannya menegaskan bahwa hal yang menjadikan persepsi risiko dalam bertransaksi menggunakan layanan dompet digital tidak berpengaruh pada *intention to use* karena penyedia layanan yang membatasi besaran saldo pengguna di dalam *e-wallet*. Jika dikaitkan dengan penelitian kali ini batas maksimal saldo *ShopeePay* bagi pengguna *unregistered* yakni Rp 2.000.000, besaran saldo *ShopeePay* tersebut masih tergolong kecil dan terbatas. Hal tersebut dapat mengurangi rasa khawatir pengguna akan risiko transaksi yang dihadapi karena batasan maksimal saldo yang tergolong kecil tersebut dapat membantu pengguna untuk mengendalikan jumlah dana yang akan mereka masukan ke dalam *e-wallet* milik mereka.

SIMPULAN DAN SARAN

Secara empiris, studi ini membuktikan bahwa minat penggunaan *e-wallet* *ShopeePay* pada generasi milenial dapat dijelaskan oleh faktor persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Sedangkan persepsi risiko dalam studi ini terbukti gagal dalam mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* *ShopeePay*, dimana hal ini mengindikasikan bahwa layanan yang diberikan oleh pihak *ShopeePay* seperti membatasi maksimal saldo *e-wallet* telah membuat pengguna merasa aman dan tidak khawatir akan risiko dalam bertransaksi secara digital. Sehingga, para pengguna khususnya generasi milenial dapat mengendalikan jumlah dana yang mereka gunakan dalam bertransaksi dengan dompet digital. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan memberikan pengaruh dominan dan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan generasi milenial untuk menggunakan atau tidak menggunakan *e-wallet* *ShopeePay*. Temuan ini memperkuat fakta bahwa generasi milenial merasakan adanya kemudahan yang diberikan dalam penggunaan *e-wallet* *ShopeePay* seperti kemudahan untuk dioperasikan, kemudahan untuk mendapatkan layanan, dan kemudahan untuk dipelajari menjadikan generasi milenial lebih sering melakukan transaksi secara digital daripada melakukan transaksi secara konvensional yang dianggap lebih rumit.

Studi ini mampu memberikan implikasi secara praktis bagi pihak penyedia layanan *e-wallet* dalam meningkatkan layanan khususnya dalam upaya meningkatkan jumlah pengguna *e-wallet* yang menasar generasi milenial. Selain itu, sangatlah penting bagi pihak *ShopeePay* atau penyedia layanan *e-wallet* lainnya untuk memfokuskan pengembangan *platform* pada sisi *fitur*, desain antarmuka, serta layanan yang dapat memudahkan transaksi secara digital bagi para penggunanya. Selanjutnya, pihak *ShopeePay* dan penyedia layanan *e-wallet* lainnya dapat memperkuat sistem keamanan pada *platform* dalam meminimalisir adanya kemungkinan terjadinya risiko saat pengguna bertransaksi secara digital. Secara teoritis, temuan pada penelitian ini mampu memberikan kontribusi bagi literatur khususnya terkait dengan preferensi konsumen dalam mengadopsi teknologi atau sistem baru, khususnya pada *e-*

wallet. Melihat bahwa masih terdapat 56.9% faktor lainnya yang mempengaruhi minat penggunaan dompet digital pada generasi milenial, maka peneliti selanjutnya dapat menambahkan konstruk penting lainnya seperti contoh persepsi kualitas layanan, kepuasan penggunaan, dan persepsi kenyamanan ke dalam model penelitian untuk memberikan penjelasan lebih mendalam terkait minat penggunaan *e-wallet*. Selain itu, diharapkan juga dapat memperluas sampel penelitian untuk memberikan wawasan yang lebih meluas mengenai minat penggunaan *e-wallet*, misalnya dengan menargetkan generasi X maupun generasi Z untuk mengkaji bagaimana minat mereka untuk menggunakan dompet digital di masa sekarang.

REFERENSI

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012.
- Achadi, A. H. W. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Risiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Go-Jek. *Manajemen Bisnis*, 17(1), 11–23.
- Adhi Prakosa, A. S. (2020). Analisis *Technology Acceptance Model* Pada Pengguna Dompet Digital Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 137–146.
- Anggraeni, R. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Ekonomi Bisnis*, 20(1), 44–52. <https://doi.org/10.17977/um042v20i1p44-52>
- Ariasih, N. P., Mahyuni, L. P., & Putra, A. A. M. S. (2021). Menelusik Penerimaan *E-Faktur* Versi 3.0 Melalui Pendekatan *Technology Acceptance Model*. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 8(01), 37–52. <https://doi.org/10.35838/jrap.2021.008.01.04>
- Arista Dewi, N. K., & Mahyuni, L. P. (2020). Pemetaan Bentuk Dan Pencegahan Penipuan *E-Commerce*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9, 851. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i09.p03>
- Atriani, Lalu Adi Permadi, B. H. R. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1). <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.78>
- Bayu. (2017). *Survei HSBC: Generasi Millennial Ingin Pensiun Di Usia Lebih Muda - Keuangan katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/marthathertina/finansial/5e9a56495ab31/survei-hsbc-generasi-millennial-in-gin-pensiun-di-usia-lebih-muda>
- BPS Kota Denpasar. (n.d.). Retrieved November 18, 2021, from <https://denpasarkota.bps.go.id/>
- Diah, P., Saraswati, S., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet OVO pada Transportasi Online Grab. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 68–79.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. *IO*(1), 1–15.
- F.Hair, J. (2013). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Long Range Planning* (Vol. 46, Issues 1–2). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (JUISI) Universitas Ciputra*, 04(01), 10–15.
- Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, & Irianto Djatikusumo. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompet Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.21009/jmsi.011.1.01>
- Khowin Ardianto, N. A. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompet Digital Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1). <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Laporan DSResearch: *Fintech Report 2020 | Dailysocial*. (2020). <https://dailysocial.id/post/fintech-report-2020>
- Latifah, R., & Kurniainingsih, H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 10(1). <https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>

- Mahyuni, L. P., Yoga, I. M. S., Permana, G. P. L., & Setiawan, I. W. A. (2020). Bagaimana Bisnis Eco -Park Menarik Minat Milenial? Sebuah Model Untuk Memahami Intensi Milenial Mengunjungi Eco -Park. *Forum Ekonomi*, 22(2), 218–231.
- Nasir, F. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO. *Jurnal Investasi*, 7(1), 36–43.
- Noviatun, I., & Riptiono, S. (2021). Menguji Intention to Use E-Wallet OVO Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 193–201. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.777>
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen)*, 3(1). <https://doi.org/10.37112/bisman.v3i1.623>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170.
- Ramdhani, G. (2018). *Generasi Milenial Mengutamakan 4 Hal Ini dalam Bertransaksi. Apa Saja? - Bisnis Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3797227/generasi-milenial-mengutamakan-4-hal-ini-dalam-bertransaksi-apa-saja>
- Safitri, B. A. D., & Azizah, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Enjoyment Terhadap Repeat Usage E-Wallet Gopay Melalui Trust Pada Generasi Milenial Di Surabaya. 7(2), 6.
- Safitri, D. D., & Diana, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan. *E-Jra*, 09(05), 92–107. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/8291>
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, N., & Vidyasari, R. (2020). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126–134. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2493>
- Setyawati, R. E. (2020). *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 3 No. 1 Januari 2020. Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening, 3(1), 39–51.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–9.
- Soebaktio, B. (2018). *Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif>
- Sudyasjayanti, C., & Salsabil, S. (2020). Manfaat Dan Kemudahan Yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan Go Pay Pada Generasi Y Di Surabaya. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 310–319. <https://doi.org/10.24912/jmie.v4i2.8225>
- Survei Snapcart: Shopee Pay tetap tumbuh pesat selama kuartal I 2021*. Retrieved September 29, 2021, from <https://keuangan.kontan.co.id/news/survei-snapcart-shopeepay-tetap-tumbuh-pesat-selama-kuartal-i-2021>
- Susilo, W. T., Ariyanti, M., & Sumrahadi. (2019). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan Dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri. *E-Proceeding of Management*, 1(1), 105–112.
- Utami, S. S. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.