

Perilaku Penggunaan Dompot Digital Pada Generasi Z di Bogor

*E-Wallet Customer
Behavior and
Technology*

Henry Sumurung Octavian, Bayu P. Soedargo

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan

Email: sumurung@ibik.ac.id

119

ABSTRACT

Digital payments have now become a new habit for the most consumer along with the development of non-cash payment innovations. There has been an increase in the use (intensity and value) of digital money in recent years along with the pandemic in the effort of touch-less transactions. Consumer behavior with a demographic background, the age group born in 1997-2021, known as generation Z is the digital native generation to be interesting because they will become a big market in the years ahead. The formulation of the research problem is that service quality, perceived convenience, perceived benefits, and promotions have a positive influence on the use of digital money. The purpose of this study is to find out how much interest and intensity in using digital wallets are among generation Z and to find out the relationship between variables both internal and external to consumers in the use of digital wallets. Research will be conducted using research methods. Primary data will be taken using an e-form survey on generation z respondents in several schools and campuses in the city of Bogor. The collected data will be processed and analyzed using the method of description, cross tabulation, and analytical approach with Technology Acceptance Model (TAM). The results of the study show support for the research hypothesis and also previous research related to the use of digital wallets, except for an insignificant relationship of perceived ease of to use (PEOU) on behavioral intention (BI). From the behavioral patterns of digital wallet users, researchers recommend to explore the factors that exist in each variable

Keywords: *financial technology, payment behavior, digital wallet, generation z, technology acceptance model*

ABSTRAK

Pembayaran digital kini telah menjadi kebiasaan baru sebagian besar konsumen seiring dengan berkembangnya inovasi pembayaran nontunai. Terjadi peningkatan penggunaan (intensitas dan nilai) uang digital dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan pandemi dalam upaya transaksi nirsentuh. Perilaku konsumen dengan latar belakang demografis, kelompok usia kelahiran 1997-2021 yang dikenal dengan generasi z merupakan generasi 'asli digital' menjadi menarik karena akan menjadi pasar yang besar di tahun mendatang. Rumusan masalah penelitian adalah kualitas pelayanan, persepsi kenyamanan, manfaat yang dirasakan, dan promosi berpengaruh positif terhadap penggunaan uang digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar minat dan intensitas penggunaan dompet digital di kalangan generasi Z serta untuk mengetahui hubungan antar variabel baik internal maupun eksternal terhadap konsumen dalam penggunaan dompet digital. penelitian akan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian. Data primer akan diambil dengan menggunakan survei formulir elektronik pada responden generasi Z di beberapa sekolah dan kampus di kota Bogor. Data yang terkumpul akan diolah dan dianalisis menggunakan metode deskripsi, tabulasi silang, dan pendekatan analitik dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Hasil penelitian menunjukkan dukungan terhadap hipotesis penelitian dan juga penelitian sebelumnya terkait penggunaan dompet digital, kecuali hubungan *perceived ease of to use (PEOU)* yang tidak signifikan terhadap behavioral intention (BI). Dari pola perilaku pengguna dompet digital, peneliti merekomendasikan untuk menggali faktor-faktor yang ada pada masing-masing variabel.

Submitted:
FEBRUARI 2023

Accepted:
APRIL 2023

JIMKES

Jurnal Ilmiah Manajemen
Kesatuan
Vol. 11 No. 1, 2023
pp. 119-128
IBI Kesatuan
ISSN 2337 – 7860
E-ISSN 2721 – 169X
DOI: 10.37641/jimkes.v11i1.1727

PENDAHULUAN

Pembayaran digital saat ini menjadi kebutuhan masyarakat seiring berkembangnya inovasi pembayaran non tunai. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang sehingga metode pembayaran non tunai dengan menggunakan uang elektronik amat berkembang saat ini. Pembayaran non tunai ialah pembayaran dengan uang virtual atau uang elektronik, dimulai sejak adanya kartu debit dan kredit.

Berikut akan dipaparkan perkembangan transaksi uang elektronik di Indonesia selama beberapa tahun terakhir. Merujuk pada Tabel 1, terlihat nilai transaksi uang elektronik yang meningkat tajam pada tahun 2020 dari tahun sebelumnya sebesar 41%. Sekalipun perekonomian mengalami kontraksi akibat Pandemi Covid-19 namun penggunaan uang digital tetap bertumbuh. Penggunaan uang elektronik yang semakin tinggi karena berbagai aturan dari pemerintah yang membuat para konsumen harus tinggal di rumah dan melakukan transaksi secara daring.

Tabel 1 Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia

Tahun	Volume Transaksi	Nilai transaksi
2015	535,579,528	5,283,017.65
2016	683,133,352	7,063,688.97
2017	943,319,933	12,375,468.72
2018	2,922,698,905	47,198,616.11
2019	5,226,699,919	145,165,467.60
2020	4,625,703,561	204,909,170.00
2021 (-Setember)	3,803,818,151	209,806,872.3

Sumber : <https://www.bi.go.id/>

Terjadinya peningkatan peredaran uang virtual atau uang elektronik di Indonesia membawa dampak pada pertumbuhan dompet digital atau dompet virtual. Dompet virtual yang dimaksud bukanlah dompet fisik seperti dalam kehidupan sehari-hari, namun memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai tempat menyimpan uang. Dibedakan menurut bentuknya, dompet virtual dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu dompet virtual dengan bentuk kartu, lebih dikenal dengan e-money, dan dompet virtual dalam bentuk jaringan yang dikenal dengan istilah e-wallet atau dompet digital.

Dompet virtual dengan jenis e-money memiliki bentuk fisik berupa kartu yang lebih kurang sama dengan kartu debit atau kredit pada umumnya, letak titik bedanya adalah e-money ini hanya dapat digunakan sebagai pembayaran non tunai saja, dan tidak dapat digunakan untuk menarik uang tunai. Jika dompet virtual e-money masih memiliki bentuk fisik dari sebuah dompet, e-wallet bisa dikatakan satu tingkat lebih canggih, karena sudah tidak ada bentuk fisik perwujudan dari dompetnya, dompet hanya dalam wujud jaringan saja. E-wallet biasanya berwujud aplikasi yang terpasang dalam ponsel pintar. Dengan hanya dengan memiliki akun di e-wallet dan sudah terhubung dengan jaringan internet, e-wallet bisa digunakan kapan dan dimana saja sebagai pembayaran yang sah (Daeng, 2018).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ipsos, dompet digital yang paling dipilih oleh generasi muda Indonesia adalah : 1.Gopay sebanyak 58%, 2.Ovo sebanyak 29%, 3.Dana sebanyak 9%, 4.Link Aja sebanyak 4%. Dompet digital Gopay juga merupakan mayoritas dompet digital yang digunakan pertama kali, sebanyak 60% dari responden.

Dompet digital tersebut dapat digunakan untuk berbagai keperluan transaksi pembayaran. Berikut adalah penggunaan transaksi dompet digital terbesar :

- 1.Pembayaran jasa transportasi online sebanyak 40%
- 2.Pembelian makanan dan minuman pesan antar online sebanyak 32%
- 3.Pembelian makanan dan minuman di toko, restoran, pujasera atau pusat perbelanjaan sebanyak 12%

Sedangkan yang menjadi alasan para konsumen memilih dompet digital dibanding uang tunai adalah : 1.Kenyamanan sebesar 68%, 2.Promo sebesar 23%, 3.Keamanan sebesar 9%. Kenyamanan adalah mencakup tidak perlu bawa uang banyak, tidak perlu ambil uang cash, tidak perlu sedia uang pas untuk membayar, tidak khawatir dengan kembalian, tidak perlu membawa kartu debit/kredit. Sedangkan keamanan adalah mencakup adanya catatan transaksi dan jika telefon pintar hilang, akun bisa langsung diblokir. Fenomena perkembangan dompet digital ini bukan hanya dimanfaatkan oleh generasi yang sudah mapan. Tapi juga sudah banyak dimanfaatkan oleh generasi Z. Bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS), generasi Z adalah para penduduk yang lahir pada tahun 1997–2012 sehingga perkiraan usia saat ini adalah 8–23 tahun. Generasi memiliki komposisi 27,94% dari jumlah penduduk Indonesia sebanyak 270,20 juta jiwa. Sehingga jumlah penduduk Indonesia dari generasi Z adalah sebanyak 75.493.880 jiwa.

Pramata (2019) dalam penelitiannya di Bali dengan judul pengaruh persepsi Manfaat, persepsi kemudahan kenggunaan, dan tingkat kepercayaan pada minat menggunakan uang elektronik mengungkapkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat responden (mahasiswa) untuk menggunakan uang elektronik.

Penelitian Ramadhanty (2021) di Surabaya menyimpulkan bahwa responden, dalam hal ini mahasiswa, setuju dengan berbagai faktor penggunaan dompet digital yaitu: lebih aman dibandingkan dengan uang tunai, mudah digunakan, sering mendapatkan promo saat transaksi, tanpa dikenai biaya admin, sesuai dengan perkembangan teknologi, praktis dan efisien, menawarkan security dan privacy, dan memiliki inovasi yang berkembang didalamnya. Melihat fenomena yang ada, maka menarik melakukan penelitian untuk mempelajari karakteristik dari para generasi Z dalam penggunaan transaksi dompet digital mereka. Peneliti akhirnya melakukan studi di Kota Bogor, berbentuk kuesioner yang disebar secara daring untuk melihat perilaku penggunaan dompet digital pada generasi Z di Bogor.

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui seberapa besar minat dan intensitas penggunaan dompet digital di kalangan generasi Z
2. Mengetahui hubungan di antara variabel-variabel baik internal maupun eksternal konsumen dalam penggunaan dompet digital

METODE PENELITIAN

Metoda penelitian ini adalah metoda survey dengan memberikan responden berupa kuesioner daring menggunakan aplikasi Google Form. Kuesioner terbagi atas 3 bagian pertanyaan yaitu: (1) profil, (2) perilaku, dan (3) persepsi responden terhadap penggunaan dompet digital. Pertanyaan persepsi diberikan dengan menggunakan skala likert, lima skala level jawaban.

Sampel responden diambil secara acak (*non probability sampling*) pada penduduk Bogor yang lahir antara tahun 1997-2012. Untuk menguji hipotesis penelitian yaitu tingkat kepercayaan maka data yang diperoleh akan diolah menggunakan teknik analisa ANOVA dan model Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistic 20 dan SmartPLS 3. Data yang sudah diolah akan dianalisis menggunakan analisa deskriptif, analisa tabulasi silang (crosstab) dan pendekatan *Teknologi Acceptance Model (TAM)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur, alamat, agama, pendapatan, pekerjaan dan jenis pembiayaan pengobatan dari responden. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi responden tersebut.

Merujuk pada Tabel 2, terlihat untuk jumlah responden wanita lebih banyak dengan jumlah 61,7% dari untuk usia responden yang terbanyak adalah kelahiran tahun 2000-

2003, atau berusia 19-22 tahun sebanyak 74,6%. Sedangkan untuk lokasi tempat tinggal responden yang terbanyak berdomisili di daerah kota Bogor sebanyak 60,9% dari responden. Status tempat tinggal responden terbanyak adalah tinggal Bersama orang tua sebanyak 84,3%. Pengeluaran per bulan terbanyak di luar uang sekolah para responden adalah sebanyak kurang dari Rp. 500.000,- sebanyak 47,8%. Kegiatan dari responden yang terbanyak adalah sebagai mahasiswa dengan jumlah 82,8% dengan status Lembaga adalah Perguruan Tinggi Swasta sebanyak 68,7%.

Tabel 2 Karakteristik demografi dari para responden (n = 157)

Karakteristik	Persentase (%)
Jenis kelamin	
Pria	38,3
Wanita	61,7
Tahun lahir	
1997-1999	21,6
2000-2003	74,6
2004-2012	4,5
Alamat domisili	
Kota Bogor	60,9
Kabupaten Bogor	40,6
Status tempat tinggal	
Tinggal bersama orang tua	84,3
Tinggal bersama keluarga, bukan orang tua	5,2
Kost / kontrak	8,2
Asrama	2,2
Pengeluaran per bulan, di luar uang sekolah/ kuliah	
< 500 ribu	47,8
500 ribu – 1 juta	31,3
1 – 2 juta	16,4
> 2 juta	9,7
Kegiatan	
Mahasiswa	82,8
Pelajar	4,5
Bekerja	6,7
Usaha mandiri	3
Sedang mencari pekerjaan/menunggu studi lanjut	3
Status Lembaga	
Perguruan Tinggi Swasta	68,7
Perguruan Tinggi Negeri	17,9
Sekolah Menengah Swasta	2,2
Sekolah Menengah Negeri	2,2
Bekerja	5,2
Usaha Mandiri	2,2
Masih mencari pekerjaan/sekolah lanjut	1,5

Sumber: pengolahan data

Perilaku Penggunaan Dompot Digital

Para responden pengguna dompet digital di Bogor memiliki berbagai karakteristik perilaku yang berbeda-beda. Mulai dari peruntukan penggunaan dompet digital, lama penggunaan, jumlah aplikasi dompet digital, merek dompet digital yang digunakan, nilai transaksi dompet digital, nilai pengisian saldo dompet digital, kebiasaan mengisi ulang, cara mengisi ulang dan fitur yang biasa digunakan di aplikasi dompet digital.

Tabel 3 Perilaku penggunaan dompet digital (n = 157)

Karakteristik	Persentase (%)
Penggunaan dompet digital	
Transaksi transportasi on line	44
Transaksi belanja on line	84,3
Tansaksi pada poin of sale/tempat penjualan offline	14,2
Transfer dana	30,6
Bayar tagihan	14,2
Berapa lama anda telah menggunakan dompet digital	
Sejak pandemi	32,1
Sejak tahun 2018	44
Sebelum tahun 2018	23,9
Jumlah aplikasi dompet digital di HP anda	
1	21,6
2-3	45,5
> 3	32,8
Merek dompet digital yang anda gunakan	
Gopay	57,5
OVO	61,2
Shopee	76,9
Dana	48,5
LinkAja	6,7
Lainnya	7,5
Nilai transaksi yang paling sering anda lakukan per sekali transaksi	
> Rp. 100.000,-	14,2
Antara Rp. 50.000,- - Rp. 100.000,-	62,7
< Rp. 50.000,-	23,1
Nilai rupiah yang biasa anda lakukan pada saat mengisi saldo dompet digital	
Sesuai dengan kebutuhan transaksi (kekurangan saldo)	52,2
Di bawah Rp 50.000	5,2
Antara Rp 50.000,- - Rp 100.000,-	35,1
Di atas Rp 100.000,-	17,9
Kebiasaan mengisi ulang	
Periodik setiap waktu tertentu	26,9
Sebelum transaksi	44
Saat transaksi (diberitahu aplikasisaldo kurang pada saat mau membayar)	41
Cara mengisi ulang	
Instant top up (<i>Shortcut</i>)	20,1
ATM	21,6
Transfer bank manual (lewat aplikasi bank)	57,5
Minta diisi orang lain	17,2
Tempat pengisian offline: dompet digital counter, mini market	29,1
Fitur yang biasa digunakan di aplikasi dompet digital	
Transfer dana	74,6
Pay later	18,5
Lainnya	19,2

Sumber: pengolahan data

Dapat kita lihat dari Tabel 2 tentang perilaku penggunaan dompet digital di Bogor, untuk penggunaan dompet digital yang paling banyak digunakan adalah untuk transaksi

belanja on line dengan jumlah 84,3% dan untuk transportasi on line dengan jumlah 44% dari jumlah responden. Untuk penggunaan dompet digital sudah digunakan sejak tahun 2018 dengan jumlah 44% dari responden. Jumlah aplikasi dompet digital yang ada di HP para responden terbanyak adalah 2-3 aplikasi dengan jumlah 45,5% dari responden. Merek dompet digital yang digunakan reponden terbanyak adalah Shoppee dengan jumlah 76,9%. Jumlah nilai transaksi yang sering dilakukan per sekali transaksi adalah sebesar antara Rp. 50.000,- - Rp. 100.000,-. Untuk jumlah yang biasa dilakukan saat mengisi dompet digital adalah sesuai kebutuhan transaksi sebanyak 62,7% dan pengisian ulang dompet digital terbanyak adalah dilakukan sebelum transaksi dengan jumlah 44%. Untuk cara mengisi ulang dompet digital terbanyak adalah dengan cara transfer bank manual (lewat aplikasi bank) sebanyak 57,5% dan fitur yang biasa digunakan di aplikasi dompet digital adalah untuk transfer dana dengan jumlah 74,6%.

Hubungan Antar Karakteristik dan Perilaku Penggunaan

Pada penelitian ini dilakukan metode analisa tabulasi silang, yang akan melihat hubungan antar karakteristik dan perilaku penggunaan dompet digital pada generasi Z di Bogor. Pertama, dibuat tabulasi silang jenis kelamin pengguna dompet digital dan kegiatan hariannya.

Tabel 4 Tabulasi Silang jenis kelamin pengguna dompet digital dan kegiatan hariannya

Kegiatan	Jenis Kelamin (%)	
	Pria	Wanita
Bekerja	5.7	9.5
Mahasiswa	90	76
Pelajar	1.9	5.9
Sedang mencari pekerjaan/ menunggu sekolah lanjut	0	4.7
Usaha mandiri	1.2	3.5
Total	100	100

Sumber: pengolahan data

Merujuk pada Tabel 4, kita dapat lihat bahwa jumlah responden wanita lebih relative lebih menyebar dalam jenis-jenis kegiatan sehari-hari. Responden pria didominasi kegiatan sebagai mahasiswa sebanyak 90% dari responden dan tidak ada reponden pria yang sedang menganggur. Untuk responden wanita kegiatan terbanyak juga sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 76% dan paling sedikit responden wanita menjalankan usaha mandiri sebanyak 3,5%. Dengan demikian para pelaku usaha dompet digital harus selalu memperhatikan para mahasiswa untuk menjadi target market mereka.

Merujuk pada tabel 5, kita dapat lihat bahwa mayoritas reponden yang memilki kegiatan bekerja memilih OVO sebagai dompet digital yang mereka gunakan, sebanyak 63,6% dari responden. Sedangkan responden yang memiliki kegiatan sebagai mahasiswa mayoritas menggunakan Shopee sebagai dompet digital yang mereka gunakan. Untuk responden yang memilki kegiatan sebagai pelajar mayoritas menggunakan Gopay sebanyak 50% dan untuk yang memilki usaha mandiri mayoritas menggunakan OVO untuk dompet digital mereka. Dengan demikian untuk dompet digital merek OVO, Shopee dan Gopay merupakan dompet digital yang banyak digunakan oleh generasi Z.

Tabel 5 Tabulasi Silang jenis kelamin pengguna dompet digital dan kegiatan hariannya

Kegiatan	Dompot Digital (%)				
	DANA	Gopay	OVO	Shopee	Total
Bekerja	0	9,1	63,6	27,3	100
Mahasiswa	0,9	25,9	21,4	51,8	100
Pelajar	0	50	16,7	33,3	100
Sedang mencari pekerjaan/ menunggu sekolah lanjut	0	25	25	50	100
Usaha mandiri	25	0	50	25	100

Sumber: pengolahan data

Merujuk pada tabel 6, kita dapat lihat bahwa jumlah responden pria yang menggunakan dompet digital terbanyak adalah merek Gopay. Sedangkan untuk responden wanita sebanyak 55,95% memilih dompet digital merek OVO. Dengan demikian dompet digital merek Gopay dan Shopee dapat menerapkan program yang lebih tepat untuk menjaga hubungan baik dengan para konsumennya.

Tabel 6 Tabulasi Silang jenis kelamin pengguna dan merek dompet digital

Jenis Kelamin	Dompet Digital (%)				
	DANA	Gopay	OVO	Shopee	Total
Pria	1,92	36,54	26,92	34,62	100
Wanita	1,19	17,86	25	55,95	100

Sumber: pengolahan data

Merujuk pada tabel 7, kita dapat lihat bahwa bagi para responden yang memiliki berbagai kegiatan, dapat kita lihat bahwa mayoritas para jumlah transaksi yang dilakukan para responden adalah dengan nilai nominal antara Rp. 50.000,- hingga Rp. 100.000,-. Dengan demikian nilai nominal ini dapat menjadi acuan bagi para pengusaha dompet digital untuk menentukan program promo marketingnya terkait nilai transaksi penggunaan dompet digital.

Tabel 7 Tabulasi Silang jenis kelamin pengguna dompet digital dan nilai transaksi

Kegiatan	Nilai Transaksi (%)			
	Rp 50rb- Rp 100rb	Di atas Rp 100rb	Dibawah Rp 50rb	Total
Bekerja	63,6	36,4	0	100
Mahasiswa	64,3	11,6	24,1	100
Pelajar	50	16,7	33,3	100
Sedang mencari pekerjaan/ menunggu sekolah lanjut	50	50	0	100
Usaha mandiri	50	0	50	100

Sumber: pengolahan data

Analisis Model Hubungan

Untuk menjawab hipotesa penelitian, maka dilakukan analisa model hubungan antar variabel dengan menggunakan alat analisa Sequential Equation Modelling (SEM).

Reliabilitas dan Validitas

Untuk mengetahui realibitas data varibel laten dapat dilihat dari nilai koefisien Cronbach's Alpha dan Composite Realibility yang telah memenuhi nilainya minimum yaitu 0,7 seperti tersaji pada tabel 8. Sedangkan untuk validitas konvergen dapat dilihat dari nilai Average Variance Extracted (AVE) yang minimum nilainya adalah di atas 0,5.

Tabel 8 Nilai Reliabilitas dan Validitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
AU	0.878	0.886	0.925	0.804
BI	0.851	0.870	0.910	0.772
PEOU	0.930	0.931	0.956	0.878
PU	0.781	0.801	0.873	0.696

indikator-indikator AU yaitu AU1, AU2, dan AU3 yaitu 0.914, 0.931, dan 0.843 nilainya melebihi nilai-nilai cross loadingnya (indikator-indikator lainnya pada kolom AU). Demikian pula pada variabel laten lainnya.

Deskripsi Variabel

Kemudahan penggunaan yang dirasa (*Perceived Ease of Use*)

Perceived ease of use (PEOU) merupakan sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan suatu teknologi akan membebaskan dirinya dari usaha (Jogiyanto, 2017). Variabel ini didapat melalui beberapa indikator yaitu: kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk diakses, dan kemudahan untuk digunakan.

Kegunaan yang dirasakan (Perceived Usefulness)

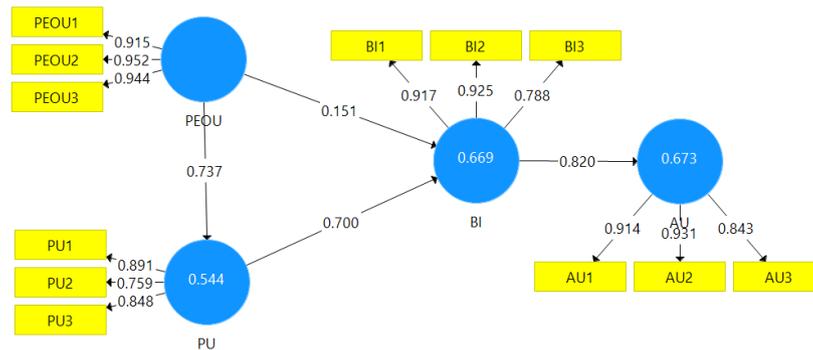
Perceived usefulness (PU) merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2017). Variabel ini didapat melalui beberapa indikator yaitu: membuat transaksi lebih lancar, membuat transaksi lebih aman, dan kesenangan penggunaan.

Niat Perilaku (Behavioural Intention)

Behavioural intention (BI) merupakan kecenderungan perilaku untuk menggunakan teknologi.

Penggunaan Aktual (Actual Usage)

Actual usage (AU) merupakan kondisi kongkrit bagaimana teknologi diaplikasikan. Adapun model yang dikembangkan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Model Penelitian

Hubungan Antar Variabel.

Hubungan antar variabel bisa dijelaskan secara signifikansi dan besarnya. Signifikansi antar variabel memiliki kriteria T statistik harus lebih besar dari 1,95 dan P values harus lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian berdasarkan kriteria tersebut maka hubungan antar variabel adalah signifikan kecuali hubungan antar PEOU dan BI seperti tergambar pada Tabel 10.

Tabel 9 Hasil Uji Statistik

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
PEOU -> BI	0.151	0.152	0.103	1.462	0.145
PU -> BI	0.700	0.704	0.093	7.535	0.000
BI -> AU	0.820	0.822	0.054	15.312	0.000
PEOU -> PU	0.737	0.732	0.072	10.189	0.000

Sumber: pengolahan data

Pengaruh Perceived Eased to Used terhadap Perceived Usefulness

Perceived Eased to Used secara signifikan memberikan pengaruh sebesar 0,737 terhadap Perceived Usefulness. Kemudahan penggunaan dompet digital yang dirasakan generasi Z memberikan dampak pada kepercayaan akan meningkatnya produktivitas akibat menggunakan dompet digital.

Pengaruh Perceived Eased to Used terhadap Behavioral Intention

Perceived Eased to Used tidak secara signifikan memberikan pengaruh terhadap Behavioral Intention sebesar 0,151. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan generasi Z dalam menggunakan dompet digital tidak mendorong niat dalam menggunakan dompet digital. Teknologi dompet digital dirasakan tidak memiliki daya hambat dalam niat menggunakan dompet digital.

Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention

Perceived Usefulness memberikan pengaruh yang signifikan kepada Behavioral Intention sebesar 0,7. Penilaian generasi Z akan meningkatnya kinerja akibat penggunaan dompet digital akan mendorong niat dalam penggunaan dompet digital.

Pengaruh Behavioral Intention terhadap Actual Used

Behavioral Intention secara signifikan memberikan pengaruh kepada Actual Used sebesar 0,820. Penggunaan dompet digital secara realitas didorong oleh niat dalam menggunakan dompet digital.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada penggunaan dompet digital pada generasi Z di Bogor yaitu faktor niat dalam penggunaan dompet digital. Adapun niat itu sendiri dipengaruhi oleh seberapa besar produktivitas bisa meningkat akibat penggunaan dompet digital. Sedangkan kemudahan dalam penggunaan tidak mendorong niat penggunaan dompet digital. Ini menunjukkan bahwa generasi Z, yang merupakan generasi native dalam teknologi digital, tidak memperlakukan kemudahan dalam penggunaan tetapi lebih mementingkan seberapa besar kinerja mereka akan meningkat akibat menggunakan dompet digital. Hal ini memberikan implikasi manajerial yaitu menekankan pada manfaat dan benefit dalam penggunaan dompet digital dalam pesan-pesan komunikasi pemasaran.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam mengungkapkan faktor yang ada pada variabel penelitian. Untuk itu penelitian ini memberikan rekomendasi penelitian lanjutan adalah dalam menggali faktor-faktor dalam ruang lingkup faktor yang dirasakan memberikan manfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Daeng. Plus Minus Uang Elektronik: Pilih E-Wallet atau Kartu E-Money? 2018; Available from: <https://tirto.id/plus-minus-uang-elektronik-pilih-e-wallet-atau-kartu-e-money-cCUz>
- [2] Ipsos. EVOLUSI INDUSTRI DOMPET DIGITAL: STRATEGI MENANG TANPA BAKAR UANG.
- [3] KPMG. The Pulse of Fintech Q4 2017, Global Analysis in Fintech [Internet]. 2018. Available from: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2018/02/pulse_of_fintech_q4_2017.pdf
- [4] Kotler P. Marketing management: The millennium edition. Vol. 10. Prentice Hall Upper Saddle River, NJ; 2000.
- [5] Onny Widjanarko. QRIS, SATU QR CODE UNTUK SEMUA PEMBAYARAN [Internet]. Ban Indonesia. 2019 [cited 2022 Feb 14]. Available from: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx
- [6] OJK. Digital Finance Innovation Road Map and Action Plan 2020-2024 [Internet]. 2020. Available from: https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Publikasi-Materi-Digital-Finance-Innovation-Road-Map-dan-Action-Plan-2020-2024-serta-Digital-Financial-Literacy/Digital_Finance_Innovation_Road_Map_dan_Action_Plan.pdf
- [7] Permana RI. Analisis Faktor Penggunaan Dompet Digital di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya. JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi). 2021 Mar 19;8(1):312-22.
- [8] Sagayarani D. Digital payments in India. IOSR J Bus Manag. 2017;9:28–33.
- [9] Shukla, S & Malhotra C. Digital Payments in India. J Bus Manag. 2017;9:28–33.
- [10] Statistik BP. Jumlah Penduduk Hasil SP2020 Laki-laki menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi (Orang), 2020 [Internet]. 2020. Available from: <https://www.bps.go.id/indicator/12/2133/1/jumlah-penduduk-hasil-sp2020-laki-laki-menurut-wilayah-klasifikasi-generasi.html>
- [11] Suputra ID. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik Andhika Bayu Pratama1.
- [12] Rahmawati RN, Narsa IM. Intention to use e-learning: aplikasi Technology Acceptance Model (TAM). Own Ris Dan J Akunt. 2019;3(2):260–9.
- [13] Sayekti F, Putarta P. Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam pengujian model penerimaan sistem informasi keuangan daerah. J Manaj Teor dan Terap. 2016;9(3).
- [14] Budiman, M. A., & Amyar, F. (2021). The effect of audit opinions, implementation of audit recommendations, and findings of state losses on corruption levels in the ministries and institutions of the Republic of Indonesia. *Jurnal Tata Kelola Dan Akuntabilitas Keuangan Negara*, 7(1), 113–129. <https://doi.org/10.28986/jtaken.v7i1.471>
- [15] Damik, D., Purba, E., & Hutabarat, A. S. (2021). The Effect of Population and Human

- Development Index on Economic Growth Pematangsiantar City. *BIRCI-Journal*, 4(3), 3658–3668.
- [16] Evalin, Z. Z., Sukartaatmadja, I., & Mulyadi, M. N. (2021). Analisis Peran Kinerja Customer Service Dan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 151–160. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.767>
- [17] Fanesha, F., Muktiadji, N., & Hendrian, G. (2021). Pengaruh Loan To Deposit Ratio, Capital Adequacy Ratio, Dan Non Performing Loan Terhadap Profitabilitas Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 131–140. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.764>
- [18] Guicheldy, A., & Sukartaatmadja, I. (2021). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Non Performing Loan, Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional Terhadap Pertumbuhan Laba Bank. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 131–140.
- [19] Hermawan, S., Sudradjat, S., & Amyar, F. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Perusahaan Property dan Real Estate. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 359–372. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.873>
- [20] Hermawan, T., & Sutarti, S. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 597–604. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i3.1209>
- [21] Imtinan, G., & Hasibuan, D. H. (2021). Pengaruh Temuan Audit Dan Tindak Lanjut Hasil Pemeriksaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Kementerian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 215–224. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.488>
- [22] Iriyadi, I., & Antonio, Y. (2021). Climate Change Disclosure Impact on Indonesian Corporate Financial Performance. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 8(2), 117–127. <https://doi.org/10.24815/jdab.v8i2.20424>
- [23] Jatmika, A., Entang, M., & Purba, J. H. V. (2021). THE STRATEGY OF HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT IN IMPROVING THE COMPETITIVE ADVANTAGE (Case Study at Madinatul Qur'an Islamic Boarding School, Depok). *Jhss (Journal of Humanities and Social Studies)*, 5(1), 91–98. <https://doi.org/10.33751/jhss.v5i1.3827>
- [24] Karina, K., & Sutarti, S. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Di Industri Perbankan Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 111–120. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.487>
- [25] Magdalena M, A., Sahala Marpaung, B., & HM Hasibuan, D. (2021). The Effect of Activity Ratio to the Company's Profitability in Trading, Service, and Investment Sub-Sector. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 11(1), 38–45. <https://doi.org/10.20448/2002.111.38.45>
- [26] Maulana, A., Ariffin, M., & Gendalasari, G. G. (2021). Pengaruh Return On Assets Dan Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Operasional Terhadap Market Share Pada Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 163–172. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.504>
- [27] Mekaniwati, A., Nurendah, Y., Maulina, D., & Hanifah, N. S. (2021). Tantangan Technopreneur Bagi Umkm Di Kota Bogor Sebagai Strategi Bertahan Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 597–606. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.797>
- [28] Munawar, A., Gendalasari, G. G., Kurniawan, I. M. G. A., Purnomo, D., Ependi, N. H., Rulinawaty, Indrawan, M. I., & Sadri, M. (2021). Cluster Application with K-Means Algorithm on the Population of Trade and Accommodation Facilities in Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series*, 1933(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1933/1/012027>
- [29] Neva, S., & Amyar, F. (2021). Pengaruh Fraud Diamond dan Gonetheory Terhadap Academic Fraud. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 5(1), 41. <https://doi.org/10.36339/jaspt.v5i1.408>
- [30] Piramita, S., Hannan, S., & Purba, J. H. V. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kpr Non Subsidi Dengan Mediasi Persepsi Merek (Studi Pada Bank Xyz). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 487–497. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.2.487>
- [31] Purba, J. H. V., Fathiah, R., & Steven, S. (2021). The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Tourism Sector. *Riset : Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 389–401. <https://doi.org/10.55980/esber.v1i3.50>