

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET LINKAJA DI KOTA BANDAR LAMPUNG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Yasinta Amartiwi^{(1)*}, Alfina Zsazsa Naqiya⁽²⁾

Universitas Indonesia Mandiri

Korespodensi Email : yashintaamartiwi@gmail.com

Abstrak.

Kemajuan teknologi finansial telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, termasuk dalam penggunaan dompet digital (e-wallet). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi di Kota Bandar Lampung. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 120 responden pengguna aktif LinkAja. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepercayaan, dan persepsi manfaat juga berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Namun, kepercayaan tidak terbukti memediasi hubungan tersebut. Temuan ini menegaskan adanya fenomena unik dalam konteks e-wallet LinkAja di Bandar Lampung, di mana persepsi manfaat menjadi faktor dominan, sementara peran kepercayaan belum optimal. Penelitian ini memberikan pembaruan dengan menyoroti karakteristik khusus layanan berbasis BUMN dan fitur syariah LinkAja dalam menjelaskan perilaku pengguna e-wallet.

Kata kunci: Persepsi manfaat, minat penggunaan, e-wallet, kepercayaan, LinkAja

Abstract.

Advances in financial technology have driven significant changes in consumer behavior, including in the use of digital wallets (e-wallets). This study aims to analyze the effect of perceived benefits on interest in using the LinkAja e-wallet application, with trust as a mediating variable in Bandar Lampung City. The method used is quantitative with a survey approach of 120 active LinkAja users. Data analysis was performed using Partial Least Square (PLS)-based Structural Equation Modeling (SEM). The results show that perceived benefits have a positive effect on trust, and perceived benefits also have a significant effect on interest in use. However, trust was not found to mediate this relationship. These findings confirm a unique phenomenon in the context of the LinkAja e-wallet in Bandar Lampung, where perceived benefits are the dominant factor, while the role of trust is not yet optimal. This study provides an update by highlighting the specific characteristics of state-owned enterprise-based services and LinkAja's sharia features in explaining e-wallet user behavior.

Keywords: Perceived benefits, interest in use, e-wallet, trust, LinkAja

PENDAHULUAN

Metode pembayaran online melalui dompet digital merupakan salah satu inovasi teknologi di sektor keuangan yang tengah populer di kalangan masyarakat. Dompet digital adalah aplikasi berbasis internet

yang berfungsi menyimpan saldo uang elektronik. Perkembangan layanan ini mendapat dukungan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai upaya mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Tren tersebut semakin kuat karena masyarakat, khususnya generasi milenial dan Gen Z

yang akrab dengan gadget, lebih memilih metode pembayaran non-tunai. Salah satu kebiasaan menarik dari kedua generasi ini adalah gaya hidup cashless, yaitu pola bertransaksi tanpa menggunakan uang fisik, melainkan dengan mengirimkan informasi digital antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi.

Salah satu dompet digital yang beroperasi di Indonesia adalah LinkAja. Aplikasi ini merupakan layanan *financial technology* (fintech) berbasis pembayaran digital atau dompet elektronik yang dirancang khusus untuk pengguna smartphone. LinkAja merupakan produk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang awalnya dikenal sebagai T.Cash milik PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, yang diluncurkan pada tahun 2007. Pada tahun 2019, layanan ini mengalami penggabungan dengan sejumlah dompet digital milik BUMN lainnya, sehingga sahamnya kini dimiliki bersama oleh beberapa perusahaan negara (cnbcindonesia.com).

LinkAja menerapkan strategi yang cukup inovatif dengan menghadirkan layanan syariah, menjadikannya sebagai dompet digital pertama dan satu-satunya di Indonesia yang menyediakan fitur tersebut. Layanan Syariah LinkAja berfokus pada tiga kategori utama, yaitu ekosistem ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf), pemberdayaan ekonomi berbasis masjid, serta digitalisasi pesantren dan UMKM. Kehadiran layanan ini mendorong perkembangan LinkAja, yang berhasil mencatat kinerja positif sepanjang tahun 2023 dengan pertumbuhan mencapai 65% dibandingkan periode sebelumnya (id.tradingview.com). Meski demikian, pencapaian ini belum dapat dikatakan optimal karena persaingan yang ketat dari berbagai dompet digital lain yang menawarkan fitur serupa dan menarik, sehingga pengguna memiliki banyak alternatif untuk bertransaksi. Berikut adalah

hasil survei penggunaan dompet digital tahun 2023:

Tabel 1.1

Survei penggunaan dompet digital 2023

No.	E- Wallet	Nilai/Persen
1	Gopay	71%
2	OVO	70%
3	Dana	61%
4	ShopeePay	60%
5	LinkAja	27%

Sumber : databoks.katadata.co.id 2023

Berdasarkan tabel 1.1, Gopay menempati posisi sebagai dompet digital paling populer dengan tingkat penggunaan mencapai 71%, disusul OVO di peringkat kedua dengan persentase yang hampir sama, yaitu 70%. Selanjutnya, Dana digunakan oleh 61% responden, dan ShopeePay oleh 60%. Sementara itu, Meskipun LinkAja merupakan produk BUMN dengan layanan inovatif, termasuk fitur syariah pertama di Indonesia, tingkat popularitasnya hanya 27% pada tahun 2023, jauh tertinggal dibandingkan kompetitor. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting: mengapa persepsi manfaat LinkAja tidak mampu mendorong minat penggunaan secara luas, meskipun memiliki dukungan negara dan diferensiasi layanan syariah? Pertanyaan inilah yang menjadi gap penelitian dan mendasari tujuan studi ini. Padahal, jika dibandingkan dengan empat aplikasi tersebut, LinkAja telah hadir lebih dahulu, namun justru berada di peringkat bawah. Temuan ini diperkuat oleh survei yang dilakukan oleh tekno.progres.id (2023) yang mengungkapkan bahwa LinkAja memiliki jumlah pengguna paling sedikit di antara kompetitornya. Fenomena ini menarik untuk diteliti, mengingat eksistensi LinkAja di Indonesia sudah cukup lama namun tetap kurang diminati oleh pengguna e-wallet.

LANDASAN TEORI

TAM

Dalam konteks adopsi e-wallet, TAM menjelaskan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kepercayaan (*trust*) menjadi faktor penting dalam menentukan niat menggunakan (*behavioral intention*). Sejumlah penelitian terdahulu (Putri et al., 2022; Ramadhan & Safari, 2022) menegaskan peran manfaat sebagai faktor dominan, sementara *trust* sering ditemukan sebagai mediator. Namun, hasil penelitian mengenai peran *trust* masih inkonsisten, terutama dalam konteks layanan berbasis BUMN seperti LinkAja. Oleh karena itu, penelitian ini menguji kembali peran *trust* sebagai mediator dalam hubungan manfaat–minat penggunaan (Fishbein dan Ajzen, 1975). Parsimoni adalah istilah yang digunakan untuk menyatakan hemat dalam menyusun asumsi atau hipotesis yang berarti juga pembuktian. Perluasan konsep TAM diharapkan akan membantu memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang diperlukan mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap individu tersebut (Lee, J. Y. et al., 2010)

Tujuan utama pada TAM yaitu mencari pengaruh eksternal faktor keyakinan, sikap serta tujuan penggunaan. TAM menggambarkan ada dua faktor yang mempengaruhi integrasi teknologi :

1) Persepsi penggunaan tentang manfaat teknologi 2) Pendapat pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi. Kedua hal di atas mempengaruhi kemauan guna menggunakan teknologi. Selain itu penggunaan teknologi yang sebenarnya akan dipengaruhi pada kesediaan untuk memanfaatkan keunggulan pada teknologi. Hal ini, model TAM dapat digunakan sebagai menentukan apa yang diperlukan guna meningkatkan kesediaan untuk menggunakan teknologi (Wibasuri et al, 2022)

Minat Menggunakan

Dilihat pada teori TAM, minat penggunaan (*behavioral intention*) yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Hal ini ketika Masyarakat percaya bahwa teknologi yang disediakan mampu digunakan dengan mudah atau tanpa usaha, mereka cenderung tertarik untuk menggunakannya (Ernawati & Noersanti, 2020)

Persepsi Manfaat

Manfaat dapat di definisikan pada makna seberapa jauh orang tersebut memiliki kepercayaan bahwasannya pengguna sistem informasi tertentu memberikan dampak atau pengaruh pada kinerjanya. Dapat disimpulkan bahwa definisi tersebut harus diingat manfaat yang dirasakan merupakan pernyataan tentang alur dalam sebuah keputusan (Nurzanita & Marlana, 2020).

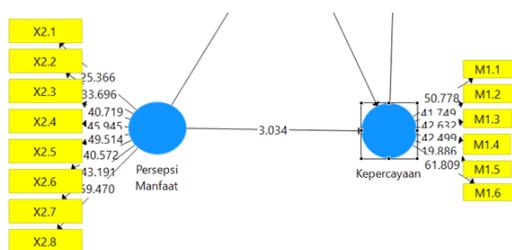
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pengguna aktif e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung. Sampel sebanyak 120 responden diperoleh dengan teknik purposive sampling, dengan kriteria pengguna yang telah melakukan transaksi minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5, diadaptasi dari penelitian terdahulu (Ernawati & Noersanti, 2020; Putri et al., 2022). Validitas instrumen diuji melalui *outer loading* dan AVE, sementara reliabilitas diuji melalui Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Analisis dilakukan menggunakan SEM-PLS dengan bantuan SmartPLS 4, yang dipilih karena sesuai untuk jumlah sampel relatif kecil dan model dengan variabel laten yang kompleks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan

Berikut adalah gambar model pengujian pengaruh antara Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan pada e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung sebagai berikut :

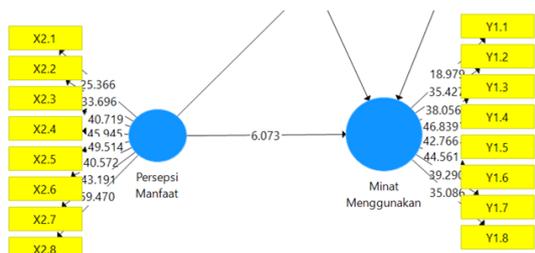


Gambar 1.1 Model pengukuran antara Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan

Hipotesis Pertama menguji apakah Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Kepercayaan. Berdasarkan tabel 4.8, nilai t-statistik sebesar 3.034 dengan ukuran pengaruh sebesar 0.268 dan p-value sebesar 0.002. Maka dapat disimpulkan hipotesis ke-dua dapat di terima karena adanya pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan pada e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung.

Pengujian Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan

Berikut adalah gambar model pengujian pengaruh antara Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan pada e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung sebagai berikut :

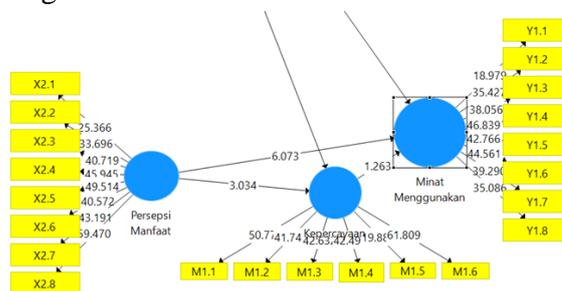


Gambar 1.2 Model pengukuran antara Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan

Hipotesis ke-dua menguji apakah Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan tabel 4.8, nilai t-statistik sebesar 6.073 dengan ukuran pengaruh sebesar 0.419 dan p-value sebesar 0.00. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan pada e wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung.

Pengujian Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan dengan variabel Minat Menggunakan sebagai variabel Intervening.

Berikut adalah gambar model pengujian pengaruh antara Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan dengan Minat Menggunakan sebagai variabel Intervening sebagai berikut :



Gambar 1.3 Model pengukuran antara Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan dengan Minat Menggunakan sebagai Variabel Intervening

Hipotesis ke-tiga menguji apakah Kepercayaan memediasi hubungan antara Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 1.241 yang artinya lebih kecil dari t tabel >1.96. Kemudian nilai p value sebesar 0.215 dan lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke-tujuh ditolak yaitu Persepsi Manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan yang dimediasi oleh Kepercayaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan “Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan dalam menggunakan e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin banyak manfaat yang digunakan aplikasi e wallet LinkAja digunakan bertransaksi maka masyarakat semakin percaya dan memiliki keinginan untuk menggunakan e-wallet LinkAja.
2. Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan dalam menggunakan e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat pada aplikasi e-wallet LinkAja sangat membantu segala aktivitas maupun memenuhi kebutuhan sehari hari masyarakat kabupaten karanganyar. Melalui aplikasi e-wallet LinkAja mereka dapat melakukan transaksi yang bersifat cashless seperti pembayaran belanja pembayaran BPJS, PDAM, token listrik, bayar zakat, investasi hingga pembayaran haji dan umroh.
3. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat menjadi faktor dominan yang memengaruhi minat penggunaan LinkAja, sementara kepercayaan belum berperan sebagai mediator. Secara teoretis, temuan ini memperkaya literatur TAM dalam konteks layanan berbasis BUMN, menunjukkan bahwa trust tidak selalu menjadi faktor kunci dalam semua model adopsi teknologi. Secara praktis, hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa LinkAja perlu memperkuat strategi membangun kepercayaan

melalui peningkatan kualitas layanan, sosialisasi keamanan transaksi, dan penguatan fitur syariah yang dapat menarik pengguna baru.

4. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti perceived security, cashback promotion, literasi digital, atau faktor budaya finansial untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai adopsi e-wallet di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurzanita, R., & Marlana, N. (t.t.-c). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL*, 17(2), 2020–2277.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Pengelola Jurnal dan Publikasi, B., Ernawati, N., & Noersanti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jl Kayu Jati Raya, L. (2020). *Jurnal Manajemen STEI Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. BPJP Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 03(02). www.bi.go.id/id/statistik
- Prima Citra, A., Kuswantoro, A., Pendidikan Ekonomi, J., & Ekonomi, F. (2020). *Economic Education Analysis Journal Terakreditasi SINTA 5 Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Administrasi Desa/SMART*. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.38999>
- Putri, D. E., Sinaga, O. S., Sudirman, A., Augustinah, F., & Dharma, E. (2022). *Analysis of the Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, and Cashback Promotion on Intention to Use E-wallet*. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 06(11), 63–75. <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2022.61105>

- Ramadhan, A., & Safari Tamba, R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. Dalam 134 JURNAL ABIWARA (Vol. 3, Nomor 2). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Wibasuri, A., Purnomowati, I., & Santi Singagerda, F. (2022). Exploring the Impact of Relevant Factors on the Acceptance of Cryptocurrency Mobile Apps: An Extended Technology Acceptance Model (TAM-3). International Journal of Artificial Intelligence Research, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.1.971>
- Wibasuri, A., Rahayu, M., Wayan, N., Adi, C., Made, I., & Suryawan, Y. (2022). Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bi snis MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEE PAYLATER BERBASIS MODIFIED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL a. 7(2). <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>