

PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA

Veronica Ong¹, Nuryasman MN^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: veronica.115180205@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*

Email: nuryasman@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk : 10-02-2022, revisi: 20-02-2022, diterima untuk diterbitkan : 18-03-2022

ABSTRAK

Dunia sudah memasuki era revolusi industri 4.0 dan mungkin sebentar lagi akan memasuki era revolusi industri 5.0, berarti telah terjadi perubahan besar-besaran di bidang industri, bisa dilihat dari adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih dan adanya internet yang membuat segala hal menjadi lebih mudah. Revolusi industri 4.0 juga memberikan terobosan baru di bidang keuangan, dengan adanya teknologi keuangan (*financial technology*) atau lebih dikenal dengan sebutan FinTech. Teknologi keuangan yang tersedia saat ini terdiri dari pencatatan uang digital, dompet digital (*e-wallet*), dan *e-lending*. Penelitian ini akan berfokus pada teknologi keuangan yang berjenis dompet digital atau *e-wallet*. Saat ini, ada sangat banyak aplikasi dompet digital, sebut saja GoPay, DANA, OVO, ShopeePay, LinkAja, dan lain-lain. LinkAja merupakan layanan keuangan elektronik yang dipadukan ke dalam aplikasi yang bisa membuat aktivitas transaksi keuangan penggunanya menjadi lebih seru, lancar, dan tidak merepotkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan LinkAja. Sebanyak 90 responden terpilih melalui teknik *purposive sampling*, dan responden berasal dari mahasiswa/i di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dengan Google Form dan data yang diperoleh diolah dengan SmartPLS versi 3.2.9. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko dan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan, sedangkan persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat penggunaan.

Kata Kunci: persepsi risiko, persepsi kemudahan, literasi keuangan, minat penggunaan

ABSTRACT

The world has entered the era of the industrial revolution 4.0 and maybe soon it will enter the era of the 5.0 industrial revolution, meaning that there has been a massive change in the industrial sector, it can be seen from the development of technology and the internet which makes everything easier. The industrial revolution 4.0 also provides new breakthroughs in the financial sector, with the existence of financial technology or better known as FinTech. Financial technology consists of digital wallets (e-wallet), and e-lending. This research will focus on financial technology in the form of a digital wallet or e-wallet. Currently, there are many digital wallet applications in Indonesia, such as GoPay, DANA, OVO, ShopeePay, LinkAja, and others. LinkAja is an electronic financial service that is integrated into an application that can make the user's financial transaction activities more exciting, smooth, and hassle-free. This research aimed to analyze the effect of perceived risk, perceived ease of use, and financial literacy on intention to use of LinkAja. 90 respondents were chosen through purposive sampling method, and conducted with university students in Jakarta. The research was conducted by distributing questionnaires online using Google Form and data were processed using SmartPLS version 3.2.9. The results of this research indicate that perceived risk and financial literacy have a positive and significant effect on intention to use, while perceived ease of use do not affect intention to use.

Keywords: *perceived risk, perceived ease of use, financial literacy, intention to use*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Dunia sudah memasuki era revolusi industri 4.0 dan mungkin sebentar lagi akan memasuki era revolusi industri 5.0, berarti telah terjadi perubahan besar-besaran di bidang industri, bisa dilihat dari adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih dan adanya internet yang membuat segala hal jadi lebih mudah. Hartarto (2018) selaku Menteri Perindustrian tahun 2016-2019 dalam acara Sosialisasi Roadmap Implementasi Industri 4.0, mengatakan bahwa Indonesia telah memasuki era revolusi industri 4.0 ini sejak tahun 2011, hal ini ditandai oleh meningkatnya interaksi, konektivitas, dan batas antara mesin, manusia, dan sumber daya lainnya yang semakin berpusat pada IT (teknologi informasi) dan komunikasi. Revolusi industri 4.0 juga memberikan terobosan baru di bidang keuangan, dengan adanya teknologi keuangan (*financial technology*) atau lebih dikenal dengan sebutan FinTech. Teknologi keuangan yang tersedia saat ini terdiri dari pencatatan uang digital, dompet digital (*e-wallet*), dan *e-lending*. Penelitian ini akan berfokus pada teknologi keuangan yang berjenis dompet digital atau *e-wallet*. Saat ini, ada sangat banyak aplikasi dompet digital, sebut saja GoPay, DANA, OVO, ShopeePay, LinkAja, dan lain-lain. Dari data yang dikutip oleh Annur (2020), didapatkan informasi bahwa transaksi terbesar berasal dari aplikasi ShopeePay, yang kemudian diikuti oleh OVO, GoPay, DANA, dan yang terakhir LinkAja. Padahal, dibandingkan empat aplikasi lainnya, LinkAja sudah berdiri lebih dulu dibandingkan yang lain di Indonesia, namun posisinya justru terbawah dibandingkan keempat aplikasi lainnya. Hal ini juga diperkuat oleh adanya data hasil survei yang dilakukan oleh Muhammad (2020) yang menunjukkan bahwa LinkAja berada di peringkat terakhir dalam menjadi aplikasi *e-wallet* kesayangan dan aplikasi *e-wallet* yang direkomendasikan oleh penggunanya. Oleh karena itu, hal ini menjadi menarik untuk diteliti dikarenakan LinkAja yang tidak begitu difavoritkan atau kurang diminati oleh pengguna aplikasi *e-wallet*, padahal eksistensinya di tanah air sudah cukup lama.

Dikutip dari *website* LinkAja, LinkAja merupakan layanan keuangan elektronik yang dipadukan ke dalam aplikasi yang bisa membuat aktivitas transaksi keuangan penggunanya jadi lebih seru, lancar, dan tidak merepotkan. LinkAja menyediakan layanan pembelian pulsa atau data, pembayaran *merchant*, pembayaran tagihan, pengiriman donasi, pengiriman uang, pembayaran asuransi, dan mengajukan pinjaman. Dalam penelitian ini, yang akan diteliti adalah minat penggunaan aplikasi LinkAja. Persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan lain-lain bisa mempengaruhi minat penggunaan dompet digital (Himel *et al.*, 2021). Lalu, dalam penelitian lainnya, diharapkan bahwa jika tingkat literasi keuangan itu cukup tinggi, hal ini bisa mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan investasi yang lebih berisiko (Albaity & Rahman, 2019).

Persepsi risiko merupakan ekspektasi atau kemungkinan terjadinya kerugian yang ditentukan secara subjektif dari pengguna internet dalam melakukan transaksi di internet (Marafon *et al.*, 2018). Persepsi risiko ini sangat erat kaitannya dengan minat menggunakan dari aplikasi dompet digital dikarenakan dalam melakukan transaksi di internet pastinya ada beberapa risiko yang mungkin terjadi, seperti risiko finansial, risiko kenyamanan, risiko kondisi produk yang dibeli, risiko psikologis, dan lain-lain. Dari penelitian yang dilakukan oleh (Aji *et al.*, 2020; Namahoot & Laohavichien, 2018; Phongsatha & Jirawoottirote, 2018), variabel persepsi risiko memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan.

Persepsi kemudahan atau *perceived ease of use* (PEOU) adalah kemampuan untuk menggunakan suatu sistem tanpa usaha lebih. PEOU juga merupakan variabel yang bisa meningkatkan kejelasan, pemahaman, serta fleksibilitas dalam menggunakan teknologi baru (Himel *et al.*, 2021). Dalam sebuah studi ditunjukkan bahwa mempelajari kemudahan ini bisa memberikan kepercayaan diri

diantara pengguna-pengguna teknologi saat ini yang menghasilkan pengaruh yang positif terhadap inovasi. Dari studi-studi sebelumnya, ditemukan bahwa PEOU berpengaruh positif terhadap penggunaannya dalam menggunakan teknologi atau sistem terkini, seperti *e-commerce*, *m-payment*, dan *online banking* (Himel *et al.*, 2021).

Literasi keuangan memberikan pengetahuan yang membuat seseorang mengetahui apa, bagaimana, di mana, mengapa, dan kapan untuk melakukan kegiatan finansial atau mengetahui tentang produk-produk finansial. Literasi keuangan juga memberikan seseorang kemampuan untuk menggunakan pengetahuan yang dimilikinya ke dalam kehidupan nyata, seperti dengan melakukan transaksi di internet dengan menggunakan *e-money*, dan lain-lain (Yap *et al.*, 2016).

Ajzen (2020) menjelaskan bahwa *theory of planned behavior* merupakan hubungan antara kepercayaan, perilaku, keinginan seseorang dan perilaku finansial. Kepercayaan seseorang dalam mengelola keuangannya dengan *self-efficacy* atau keyakinan seseorang tentang dirinya bahwa seseorang mampu untuk mengatasi situasi atau permasalahan yang ada, dimana hal ini dapat meningkatkan perilaku seseorang dalam membuat keputusan tentang keuangan, yang dimana hal ini dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam mengelola keuangannya. Dari beberapa teori di atas, kaitannya dengan variabel yang akan diteliti adalah perilaku mempengaruhi seseorang, dimana persepsi risiko, kemudahan penggunaan, dan literasi keuangan mampu mempengaruhi kemampuan investor untuk membuat keputusan.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut: (a) Apakah persepsi risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi LinkAja? (b) Apakah persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi LinkAja? (c) Apakah literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi LinkAja?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka atau skala numerik dalam pengumpulan datanya, dimana selain mengumpulkan data, juga dilakukan penafsiran atas data tersebut yang lalu akan ditampilkan hasilnya. Selain itu, penelitian ini juga bersifat asosiatif. Sugiyono (2017) mengatakan penelitian asosiatif adalah penelitian yang berguna untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam pengumpulan data, akan digunakan metode *cross-sectional study* atau *one-shot*. Sekaran & Bougie (2016) mengatakan *cross-sectional study* atau *one-shot* merupakan studi yang hanya mengumpulkan data sebanyak satu kali untuk menemukan jawabannya.

Sekaran & Bougie (2016) menyatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan atau kumpulan dari orang-orang (kelompok), acara-acara, atau sesuatu yang menarik bagi peneliti dalam membuat suatu penelitian, sedangkan sampel merupakan himpunan dari populasi, dimana dengan mempelajari sampel dari penelitian yang akan diteliti, peneliti bisa menemukan kesimpulan yang bisa menggeneralisasi populasi. Populasi yang akan digunakan adalah mahasiswa aktif di Jakarta yang menggunakan LinkAja dan datanya dikumpulkan dengan menggunakan Google Form. Penelitian ini akan menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengumpulan data. *Purposive sampling* merupakan metode dimana sampel diperoleh dengan menetapkan kriteria yang spesifik dengan penelitian agar bisa menjawab permasalahan penelitian. Ciri-ciri atau kriteria yang ditetapkan adalah mahasiswa/i yang bermukim atau kuliah di DKI Jakarta.

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *partial least square* dengan aplikasi SmartPLS 3.2.9. *Partial least square* merupakan sebuah metode pengujian yang memiliki konsep serupa dengan pengujian regresi parametrik, namun perbedaan antara regresi *partial least square* dengan regresi sederhana maupun berganda adalah kemampuan *partial least square* dalam mengukur korelasi antarvariabel terhadap masing-masing indikator, sehingga regresi dengan *partial least square* cenderung lebih akurat untuk menunjukkan hasil penelitian. Dalam regresi dengan *partial least square*, terdapat dua langkah utama, yaitu *outer model* dan *inner model*, untuk *outer model* digunakan uji validitas dan reliabilitas, dan *inner model* yang diuji menggunakan (a) Koefisien determinasi (R^2), (b) *Q-square* atau *predictive relevance* (Q^2), (c) *f-Square* atau *effect Size* (F^2), (d) *Path coefficients*, (e) Uji *Goodness of Fit* (GoF), dan (f) uji hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

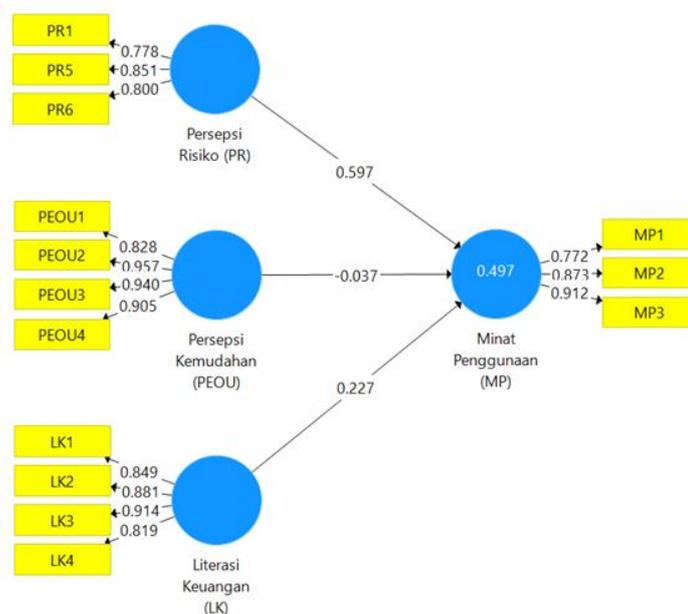
Uji validitas

Pada analisis data, dilakukan beberapa pengujian untuk melihat apakah data tersebut sudah valid atau belum dengan melakukan uji validitas. Uji validitas terdiri dari uji validitas konvergen (*convergent validity*) dan diskriminan (*discriminant validity*). Pada uji validitas konvergen, indikator dapat dikatakan valid jika nilai *Average Variance Extracted* (AVE)-nya lebih besar dari 0,5 dan jika nilai *outer loading* nya diatas 0,7.

Tabel 1. Hasil analisis *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Persepsi Risiko (PR)	0,751	Valid
Persepsi Kemudahan (PEOU)	0,730	Valid
Literasi Keuangan (LK)	0,826	Valid
Minat Penggunaan (MP)	0,656	Valid

Tabel 1 menunjukkan hasil pengujian AVE untuk mengetahui validitas setiap variabel (Ramayah *et al.*, 2018). Dari hasil pengujian pada Tabel 1, nilai AVE pada setiap variabel berada diatas 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini valid. Selain itu, uji validitas juga dapat dilihat dari nilai *outer loading* nya yang akan ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil uji validitas kovergen (*outer loading*)

Gambar 1 menunjukkan bahwa nilai-nilai *outer loading* berada diatas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa pengujian uji validitas ini sudah valid.

Uji reliabilitas

Selanjutnya akan dilakukan pengujian reliabilitas dengan melihat *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*, dimana jika nilai keduanya lebih besar dari 0,6, maka pengujian tersebut sudah reliabel.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Literasi Keuangan (LK)	0,895	0,923
Minat Penggunaan (MP)	0,812	0,890
Persepsi Kemudahan (PEOU)	0,929	0,950
Persepsi Risiko (PR)	0,738	0,851

Tabel 2 menunjukkan hasil dari *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada penelitian ini sudah berada di atas 0,6, hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini sudah reliabel.

Uji inner model

Hasil pengujian *R-square* menunjukkan bahwa Minat Penggunaan (MP) memiliki nilai regresi sebesar 0,497. Hal ini menandakan bahwa 49,7% dari variabel minat penggunaan dapat dipengaruhi oleh Persepsi Risiko (PR), Persepsi Kemudahan (PEOU), Literasi Keuangan (LK), sedangkan sisanya sebesar 50,3% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

Pengujian *Q-square* digunakan untuk melihat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Pada pengujian *Q-square*, nilainya harus lebih besar dari 0. Pengujian *Q-square* bisa dilihat di bagian *cross-validated redundancy* di bagian *blindfolding*. Minat penggunaan memiliki nilai *Q-square* sebesar 0,338, dimana hal ini jelas memenuhi kriteria dari *Q-square*, yaitu nilainya harus lebih besar dari 0, sehingga model variabel ini mampu memprediksi penelitian ini dengan baik.

F-square berguna untuk mengetahui apakah terdapat dampak dari perubahan dalam model penelitian, jika terdapat beberapa variabel yang hilang dalam penelitian. Hasil pengujian *f-square* atau *effect size* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Pengujian *f-square* (*Effect Size*)

Variabel	<i>Effect Size (F²)</i>
Literasi Keuangan (LK)	0,042
Persepsi Kemudahan (PEOU)	0,001
Persepsi Risiko (PR)	0,398

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada Tabel 3, variabel literasi keuangan dan persepsi kemudahan memberikan efek yang lemah dengan nilai masing-masing 0,042 dan 0,001, sedangkan, untuk variabel persepsi risiko memberikan efek yang kuat dengan nilai 0,398.

Hasil bootstrapping

Dari hasil *bootstrapping* yang ditunjukkan pada Tabel 4 (*path coefficients*), dapat diperoleh persamaan yaitu $MP = 0,227LK - 0,037PEOU + 0,597PR$. Nilai *path coefficients* ini menjelaskan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar adalah variabel persepsi risiko dengan nilai *path*

coefficients sebesar 0,597, yang diikuti oleh variabel literasi keuangan dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,227, dan terakhir adalah variabel dengan pengaruh paling rendah yaitu variabel persepsi kemudahan dengan nilai *path coefficients* sebesar -0,037.

Tabel 4. Pengujian hipotesis

Variabel	Path Coefficients	t-statistics	p-values
Literasi Keuangan (LK) >> Minat Penggunaan (MP)	0,227	2,122	0,034
Persepsi Kemudahan (PEOU) >> Minat Penggunaan (MP)	-0,037	0,261	0,794
Persepsi Risiko (PR) >> Minat Penggunaan (MP)	0,597	5,660	0,000

Selanjutnya, dari hasil *bootstrapping* ini dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan melihat nilai *t-statistics* dan nilai *p-values*, dimana nilai *cut-off* untuk masing-masing nilai adalah di atas 1,96 untuk *t-statistics* dan di bawah 0,005 untuk *p-values*. Nilai *t-statistics* untuk variabel literasi keuangan adalah 2,122 dan nilai *p-values* nya adalah 0,034, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima atau tidak ditolak. Lalu, nilai *t-statistics* untuk variabel persepsi kemudahan adalah 0,261 dan *p-values* nya adalah sebesar 0,794, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak, dan terakhir untuk variabel persepsi risiko nilai *t-statistics* nya adalah sebesar 5,660 dan nilai *p-values* nya adalah 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima atau tidak ditolak.

Uji *Goodness of Fit* berguna untuk menguji kelayakan dan kecocokan suatu model di dalam penelitian. Setelah menghitung nilai *R-square* dan AVE, maka dapat dibuat perhitungan GoF dengan rumus $GoF = \sqrt{R^2 \times AVE}$. Hasil perhitungan GoF pada penelitian ini adalah 0,428. Berdasarkan hasil perhitungan ini, nilai GoF nya adalah sebesar 0,428. Angka ini menunjukkan bahwa kelayakan dan kecocokan model di penelitian ini besar.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Risiko (PR) terhadap Minat Penggunaan (MP)

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan sebelumnya, persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan, dengan nilai *t-statistics* sebesar 2,122 dan nilai *p-value* sebesar 0,034. Variabel ini menggunakan tiga indikator untuk melakukan pengukuran, yaitu “Saya yakin bahwa informasi yang saya berikan di LinkAja tidak akan disebarluaskan kepada pihak lain” (PR1), “Saya percaya pada LinkAja untuk melindungi privasi saya” (PR5), “Saya percaya bahwa LinkAja bisa menghemat waktu saya dalam bertransaksi secara *online*” (PR6). Dari tiga indikator yang diujikan, indikator PR5 menghasilkan nilai tertinggi dengan nilai 0,851, hal ini menunjukkan bahwa responden percaya bahwa LinkAja mampu melindungi data-data penting atau privasi mereka, sehingga LinkAja perlu mempertahankan hal ini. Indikator dengan nilai terendah adalah PR1 dengan nilai 0,778, hal ini menunjukkan bahwa LinkAja harus lebih berhati-hati dikarenakan data-data penggunanya dapat diretas sewaktu-waktu oleh pihak ketiga.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Aji *et al.* (2020); Namahoot & Laohavichien (2018); Phongsatha & Jirawoottirote (2018) yang mengatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Berarti, semakin tinggi risiko yang ada di dalam suatu aplikasi, semakin berhati-hati juga pengguna aplikasi tersebut. Sebaliknya, semakin rendah risiko yang ada di dalam suatu aplikasi, semakin lepas kontrol kendali pengguna terhadap aplikasi tersebut. Hal ini berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fadare *et al.* (2016) dimana persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan digital dan juga berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuryasman & Warningsih (2021), yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak mempengaruhi niat penggunaan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan (PEOU) terhadap Minat Penggunaan (MP)

Dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, dapat dilihat bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh (negatif dan tidak signifikan) terhadap minat penggunaan dengan nilai *t-statistics* sebesar 0,261 dan nilai *p-value* sebesar 0,794. Penelitian ini menggunakan empat indikator untuk mengukur variabel persepsi kemudahan, yaitu “Saya merasa mempelajari aplikasi LinkAja sangat mudah” (PEOU1), “Saya merasa penggunaan aplikasi LinkAja akan mudah bagi saya” (PEOU2), “Instruksi yang diberikan oleh LinkAja sangat jelas dan mudah untuk dipahami” (PEOU3), “Keberadaan LinkAja mempermudah saya dalam bertransaksi” (PEOU4). Setelah melihat empat indikator yang diujikan, indikator dengan nilai tertinggi adalah indikator PEOU2 dengan skor 0,957. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa menggunakan aplikasi LinkAja cukup mudah bagi mereka mengingat responden berasal dari kalangan mahasiswa, dimana kalangan mahasiswa ini didominasi oleh kalangan milenial. Lalu, indikator dengan nilai terendah adalah PEOU1 dengan skor 0,828. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa orang yang merasa mempelajari penggunaan aplikasi LinkAja tidak mudah, dikarenakan mungkin adanya keterbatasan teknologi atau internet yang menyulitkan mereka untuk mencoba mempelajari menggunakan aplikasi LinkAja. Namun, jika mereka sudah berhasil mempelajari penggunaan LinkAja, nantinya untuk penggunaannya akan mudah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Humbani & Wiese (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan tidak cukup bagi mahasiswa untuk menggunakan suatu aplikasi pembayaran digital, mungkin dibutuhkan inovasi lainnya agar mahasiswa menjadi lebih tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut, seperti promosi, keuntungan yang ditawarkan, dan *cashback* yang diberikan. Hal ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko & Carunia (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi minat secara positif dan signifikan.

Pengaruh Literasi Keuangan (LK) terhadap Minat Penggunaan (MP)

Pada pengujian hipotesis yang dilakukan sebelumnya, literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *t-statistics* sebesar 5,660 dan nilai *p-value* yang sebesar 0,000. Penelitian ini menggunakan empat indikator dalam pengukuran terhadap variabel literasi keuangan, yaitu “Saya nyaman dengan kemampuan saya dalam membuat keputusan keuangan (pembayaran) di LinkAja” (LK1), “Saya paham hubungan antara risiko menggunakan LinkAja dan keuntungannya” (LK2), “Saya paham tentang istilah-istilah keuangan yang ada di dalam aplikasi LinkAja” (LK3), “Saya tahu apa itu lembaga OJK, dan mengetahui bahwa LinkAja merupakan salah satu aplikasi yang sudah terdaftar di OJK” (LK4). Indikator yang memiliki nilai tertinggi adalah indikator LK3 dengan nilai 0,914. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah memahami istilah-istilah keuangan yang digunakan di dalam aplikasi LinkAja. Indikator dengan nilai terendah adalah indikator LK4 dengan nilai 0,819. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada responden yang tidak mengetahui apa itu lembaga OJK, oleh karena itu perlu adanya peningkatan literasi keuangan tidak hanya bagi mahasiswa, tetapi bagi seluruh masyarakat Indonesia dikarenakan tingkat literasi keuangan di Indonesia masih cukup rendah dibandingkan dengan di negara lain.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Albaity & Rahman, 2019; Muslichah & Sanusi, 2019; Rajan & Santhakumar, 2018) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan. Jadi, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang, semakin tinggi juga minat seseorang untuk menggunakan aplikasi keuangan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah melakukan pengujian hipotesis, dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

- a. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Persepsi Risiko (PR) terhadap Minat Penggunaan (MP).
- b. Tidak terdapat pengaruh antara Persepsi Kemudahan (PEOU) terhadap Minat Penggunaan (MP).
- c. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Literasi Keuangan (LK) terhadap Minat Penggunaan (MP).

Saran

Penelitian selanjutnya bisa menambahkan beberapa variabel yang berkaitan, seperti persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kepercayaan (*perceived trust*), sikap (*attitude*), dan lain-lain, serta menambahkan jumlah sampel, indikator, dan tempat penelitian agar penelitian dapat lebih akurat lagi.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing penulis yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan pembuatan penelitian ini, lalu kepada 90 orang responden yang telah mengisi kuesioner, selanjutnya kepada keluarga, teman-teman, dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, tanpa ada dukungan dari pihak-pihak di atas, penelitian ini tidak mungkin terwujud dan selesai.

REFERENSI

- Aji, H. M., Berakon, I. & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business and Management*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Albaity, M. & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Annur, C. M. (2020). "ShopeePay Kalahkan OVO&GoPay saat Pandemi Corona". <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/09/shopeepay-kalahkan-ovo-gopay-saat-pandemi-corona>
- Eko, S. & Carunia, M. F. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Trust terhadap Minat Konsumen dalam Penggunaan Ulang Go-Pay di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 22. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10275>
- Fadare, O. A., Ibrahim, M. B. & Edogbanya, A. (2016). A survey on perceived risk and intention of adopting internet banking. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1), 1–21.
- Hartarto, A. (2018). "Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri 4.0". <https://kemenperin.go.id/artikel/18967/Making-Indonesia-4.0:-Strategi-RI-Masuki-Revolusi-Industri-Ke-4>
- Himel, M. T. A., Ashraf, S., Bappy, T. A., Abir, M. T., Morshed, M. K. & Hossain, M. N. (2021). Users' attitude and intention to use mobile financial services in Bangladesh: an empirical study. *South Asian Journal of Marketing*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/sajm-02-2021-0015>
- Humbani, M. & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 646–664. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0072>

- LinkAja. (n.d.). "Tentang LinkAja". <https://www.linkaja.id/>
- Marafon, D. L., Basso, K., Espartel, L. B., de Barcellos, M. D. & Rech, E. (2018). Perceived risk and intention to use internet banking: The effects of self-confidence and risk acceptance. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 277–289. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0166>
- Muhammad, R. (2020). "Riset e-Wallet Markplus, Inc.: Semakin Banyak Orang yang ‘Hijrah’ ke Pembayaran Digital di Masa Pandemi". <https://mobitekno.com/read/2020/02/09/riset-e-wallet-markplus-inc-semakin-banyak-orang-yang-hijrah-ke-pembayaran-digital-di-masa-pandemi/>
- Muslichah, I. & Sanusi, S. (2019). The effect of religiosity and financial literacy on intention to use Islamic banking products. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 1(2), 85–92. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol1.iss2.art2>
- Namahoot, K. S. & Laohavichien, T. (2018). Assessing the intentions to use internet banking: The role of perceived risk and trust as mediating factors. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 256–276. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0159>
- Nuryasman, M., & Warningsih, S. (2021). Determining Factors of Digital Wallet Usage. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 271. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.740>
- Phongsatha, T. & Jirawoottirote, V. (2018). Factors Influencing Online Purchase Intention. *Assumption University-EJournal of Interdisciplinary Research (AU-EJIR)*, 3(2).
- Rajan, S. & Santhakumar, S. (2018). Diffusion of crisis signals across the world: evidence from subprime crisis of 2008-2009. *International Journal of Emerging Markets*, 13(2), 410–430. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-04-2017-0113>
- Ramayah, T., Cheah, J. H., Cheah, F. & Ting, H. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0: An Updated Guide and Practical Guide to Statistical Analysis (2nd Edition)* (Pearson (ed.)).
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. John Wiley & Sons Ltd. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Yap, R. J. C., Farida, K. & Ihsan, H. (2016). The Effect of Financial Literacy and Attitude on Financial Management Behavior and Satisfaction. 23(3). <https://doi.org/10.2991/piceeba-19.2019.90>