

**PENGARUH *SELF EFFICACY*, *PERFORMANCE EXPECTANCY*,
EFFORT EXPECTANCY, DAN *SOCIAL INFLUENCE*
TERHADAP NIAT PENGGUNAAN E-WALLET
PADA UMKM KECAMATAN GEMOLONG**

Oleh:

¹Muhammad Celebastian Sugiarto, ²Imronudin

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Surakarta, Manajemen

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta, 57102

Email : B100200615@student.ums.ac.id¹, imronudin@ums.ac.id²

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze self-efficacy, performance expectancy, effort expectancy and social influence on the behavioural intention of MSME players in Gemolong Subdistrict to adopt e-wallet. This study uses quantitative research methods, more than 200 questionnaires were distributed to MSME players in Gemolong Subdistrict and 170 were responded obtained to assess the reliability and validity of the instrument. This study uses Partial Least Square Technique using SMARTPLS app. This study found that self-efficacy has a significant influence into e-wallet behaviour intention, the performance expectancy variable found has a significant influence into behaviour intention of e-wallet, the effort expectancy variable wasn't have significant influence into behavioural intention of e-wallet, and social influence variable found that have a significant influence on behavioural intention of e-wallet.

Keyword: *Effort Expectancy, E-Wallet, Self Efficacy, Performance Expectancy, Social Influence*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *self-efficacy*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* terhadap niat UMKM di Kecamatan Gemolong dalam menggunakan *e-wallet*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, lebih dari 200 kuesioner dibagikan pada pelaku UMKM di Kecamatan Gemolong dan didapatkan 170 responden untuk menilai reliabilitas dan validitas instrumen. Penelitian ini menggunakan Teknik *Partial Least Square* (PLS) menggunakan aplikasi SMARTPLS. Pada penelitian ini menghasilkan bahwa nilai *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*, *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*, lalu *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*, dan variabel *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*.

Kata kunci: *Effort Expectancy, E-Wallet, Self Efficacy, Performance Expectancy, Social Influence*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi *fintech* yang telah muncul lebih dari satu abad lalu menjadi semakin populer di era serba digital sekarang (Alalwan et al., 2018). Kemunculan *fintech* dengan cepat telah menjadi daya tarik bagi masyarakat, baik masyarakat di negara berkembang dan di negara maju dan telah lama memberi kontribusi penting dalam industri jasa keuangan, dengan memadukan komponen teknologi berbasis internet dan komputer dengan sistem keuangan untuk menggantikan kegiatan keuangan tradisional (Haryati, 2019). Hal ini ditandai dengan adanya penggunaan komputer dan penggunaan *software* pada bank-bank besar untuk melayani berbagai transaksi keuangan di seluruh penjuru dunia (Abbasi et al., 2022). *Fintech* dengan cepat mendapatkan daya tarik bagi masyarakat baik di negara maju maupun negara berkembang yang telah lama memainkan peran penting dalam industri jasa keuangan dengan menjembatani kesenjangan antara komponen teknologi dan keuangan (Gholami et al., 2010). Teknologi berubah dengan cepat, dan menghasilkan popularitas teknologi pembayaran baru yang menggantikan metode pembayaran tradisional dan semakin menarik perhatian untuk digunakan (Flavian et al., 2020). *Fintech* memiliki berbagai layanan inovasi, seperti *e-wallet*, *payment apps* hingga *cryptocurrency* yang telah memberikan banyak manfaat bagi kegiatan keuangan masyarakat di dunia. Sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan untuk mendapatkan dan menggunakan layanan keuangan tersebut (Marheni et al., 2022). Misalnya saja perubahan perilaku manusia yang diakibatkan oleh Pandemi COVID-19 telah mendorong kebiasaan pembayaran dari tradisional menjadi pembayaran yang berbasis teknologi untuk menjaga jarak sosial (Esawe, 2022a). *Fintech* memiliki berbagai layanan inovasi, seperti *e-wallet*, *payment apps* hingga *cryptocurrency* yang telah memberikan banyak manfaat bagi kegiatan keuangan masyarakat di dunia. Sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan untuk mendapatkan dan menggunakan layanan keuangan tersebut. Misalnya saja perubahan perilaku manusia yang diakibatkan oleh Pandemi COVID-19 telah mendorong kebiasaan pembayaran dari tradisional menjadi pembayaran yang berbasis teknologi untuk menjaga jarak sosial (Esawe, 2022a). Teori TAM (*Technology Acceptance Model*) ada dua keyakinan tertentu dalam teori ini, yaitu tentang pandangan bahwa menggunakan teknologi tersebut mudah dan memiliki manfaat untuk menentukan niat individu dalam menjalankan teknologi atau behavior intention (Fagan, 2019). TAM berasumsi bahwa rasionalitas individu yang bisa membentuk niat untuk menggunakan teknologi (Esawe, 2022a).

Studi ini menambah literatur yang ada dengan mencoba mengidentifikasi tingkat kepercayaan terhadap penggunaan perangkat *mobile* (*Self efficacy*), ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*), harapan usaha (*Effort expectancy*), dan pengaruh sosial (*social influence*) terhadap niat penggunaan dompet digital (*e-wallet*) pada pelaku UMKM di Kecamatan Gemolong. Esawe & Elwkeel, (2020) melakukan penelitian dan memiliki keterbatasan penelitian seperti tidak memasukkan faktor moderasi ke penelitian tersebut. Penulis penelitian terdahulu juga memiliki persepsi tentang konstruksi pelanggan yang mungkin berubah seiring waktu ketika mereka memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru.

Tujuan penelitian ini ialah untuk menganalisis pengaruh *self-efficacy*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* terhadap niat UMKM di Kecamatan Gemolong dalam menggunakan *e-wallet*.

TINJAUAN PUSTAKA

Self-efficacy

Self-efficacy bersangkutan dengan keyakinan individu atau tingkat kepercayaan individu, mungkin melengkapi model terutama berkaitan dengan faktor teknologi (Lestari & Yulianto, 2017). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori *self-efficacy* sebagai landasan untuk mengintegrasikan *self-efficacy*. Menurut teori kemanjuran diri, orang yang percaya pada kemampuan mereka akan bekerja dengan baik, dan membuat mereka memiliki predikat terbaik untuk menilai kemampuan mereka sendiri (Klongthong et al., 2020). Efikasi diri (*Self-efficacy*) adalah “sejauh mana seorang individu mempercayai bahwa dia dapat menjalankan suatu tugas atau pekerjaan tertentu dalam menggunakan perangkat mobile atau ponsel (Kwateng et al., 2018). Bukti empiris dalam literatur yang ada (Chao, 2019), pengguna dengan efikasi seluler yang lebih besar memiliki kemungkinan lebih besar untuk mengalami hal ini untuk merasakan emosi yang lebih positif dan lebih bersedia menggunakan teknologi. Dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa efikasi diri secara tidak langsung mempengaruhi keyakinan individu dalam menggunakan sesuatu termasuk pada teknologi dalam pembahasan ini yaitu *e-wallet* (Esawe, 2018).

Performance expectancy

Performance expectancy adalah “Sejauh mana seseorang mempercayai suatu sistem untuk membantu mereka dalam meningkatkan kinerja pekerjaan.” (Rita et al., 2019). Harapan kinerja sebagian besar ditentukan oleh indikator-indikator seperti manfaat yang dirasakan, motivasi intrinsik dan ekstrinsik, kesesuaian pekerjaan, keunggulan relatif, dan ekspektasi hasil dari Teknologi Informasi (Prasetyo & Ridwanudin, 2017). Dalam hal ini saya mengambil hasil bahwa *Performance expectancy* adalah bagaimana seseorang percaya bahwa menggunakan *e-wallet* akan memberikan kenyamanan, kemudahan, dan operasional yang lebih baik dan lebih efektif untuk transaksi bisa diselesaikan dalam waktu yang lebih cepat. Pengaruh positif *performance expectancy* pada minat menggunakan *e-wallet* telah didukung oleh penelitian sebelumnya (Abdullah et al., 2020; Chawla & Joshi, 2019; Putra & Pangestuti, 2018)

Effort expectancy

Harapan Usaha (*Effort expectancy*) adalah “Tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang terkait dengan penggunaan sistem.” (Esawe et al., 2022). Di mana *effort expectancy* adalah bagaimana individu mempercayainya mempelajari *e-wallet* itu sederhana, mereka akan terampil menggunakan *e-wallet*, dan bahwa interaksi dan kepekaan mereka dengan sistem *e-wallet* akan lebih sederhana, jelas dan efisien. Oleh karena itu *effort expectancy* apakah akan mempengaruhi minat individu dalam mengadopsi penggunaan *e-wallet* dalam melakukan suatu kegiatan usaha.

Social influence

Pengaruh sosial atau *Social influence* adalah “seberapa jauh seorang individu dalam mempersepsikan orang lain atau mempengaruhi pikiran orang lain untuk percaya dalam penggunaan sistem baru (Černiková, 2019). Berdasarkan salah satu penelitian menyatakan bahwa *Social influence* memiliki pengaruh positif pada minat menggunakan sistem mobile payment. Penelitian yang dilakukan Esawe, (2022) juga ditemukan bahwa *social influence* juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku niat pengadopsian *e-wallet*, dengan kata lain salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan *e-wallet* adalah *social influence*. Pada penelitian ini saya simpulkan bahwa *Social influence*

adalah persepsi individu tentang rekomendasi dan dukungan orang-orang kritis yang akan memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan dompet elektronik. Apalagi, pemerintah juga telah mendorong penggunaan dompet elektronik untuk kegiatan transaksi (Chen et al., 2018).

Niat Penggunaan *E-wallet*

Niat penggunaan adalah “Sejauh mana seorang individu telah merumuskan rencana dengan sadar mengenai apakah akan melakukan perilaku atau menentukan sikap tertentu di masa depan (Alfany et al., 2019). Niat menggambarkan keinginan pengguna untuk terlibat dalam perilaku tertentu (Flavian et al., 2020). *Niat Penggunaan E-Wallet* mengacu pada kesiapan dan kemauan individu untuk menggunakan layanan dompet elektronik untuk transaksi keuangan (Alfany et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk pada penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2020), adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pelaku UMKM di daerah Kecamatan Gemolong dengan lebih 200 kuesioner yang dibagikan dan didapatkan 170 tanggapan yang akan menjadi data dalam penelitian ini. penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner pada pelaku UMKM di Kecamatan Gemolong.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua data secara objektif sesuai dengan hasil observasi atau wawancara di lapangan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software SMARTPLS. Penelitian ini menggunakan teknik analisis PLS, yang terbagi menjadi 2 tahapan pertama uji pengukuran model (*measurement model*) dan uji struktural model (Behr, 2017).

Hipotesis Penelitian

Efikasi diri seluler memiliki pengaruh terhadap minat dalam penggunaan *e-wallet*

Penelitian sebelumnya menunjukkan keyakinan diri dan kecemasan menjadi model penentu-penentu tidak langsung dari niat yang kemudian dimediasi oleh kemudahan penggunaan, persepsi, keyakinan diri dan kecemasan berbeda dari ekspektasi kinerja dan tidak memiliki dampak langsung pada niat dan ekspektasi usaha (Gupta et al., 2019). Dalam penelitian lain disebutkan bahwa untuk menarik, mempertahankan, dan memfasilitasi kelanjutan bagi pengguna dibutuhkan sebuah kepercayaan, pada penelitian ini memperjelas bahwa proses kepercayaan dalam penggunaan mobile payment sangat dibutuhkan dan juga mempengaruhi keberlangsungan para pengguna yang menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat efek yang kuat terhadap kepercayaan pada penggunaan seterusnya. Kepercayaan mencerminkan ketersediaan suatu pihak atau kelompok dalam mempengaruhi tindakan terhadap pihak atau kelompok lain, dalam penelitian sebelumnya telah menunjukkan tanda bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi perilaku penggunaan mobile payment dengan memberikan contoh seperti manfaat, kepuasan hingga kemudahan dalam penggunaan. Bukti empiris dalam literatur yang ada (Chao, 2019), pengguna dengan efikasi seluler yang lebih besar memiliki kemungkinan lebih besar untuk mengalami hal ini untuk merasakan emosi yang lebih positif dan lebih bersedia menggunakan teknologi.

H1: Efikasi diri seluler memiliki pengaruh terhadap minat dalam penggunaan e-wallet.

***Effort expectancy* mempengaruhi minat individu dalam mengadopsi penggunaan e-wallet dalam melakukan suatu kegiatan usaha.**

Pada penelitian sebelumnya ditekankan bahwa sikap pengguna dan kemudahan penggunaan menentukan penerimaan teknologi yang diharapkan dapat memudahkan kehidupan penggunanya seperti tampilan yang ramah pengguna dan fasilitas pembayaran yang cepat. Ekspektasi upaya adalah tingkat kenyamanan dan kegunaan yang dirasakan orang ketika menggunakan sistem informasi tertentu (Chen et al., 2018). Walaupun *mobile wallet* sangat populer, timbul sebuah pertanyaan apakah *platform* atau aplikasi tersebut dapat mengubah cara konsumen dalam melakukan pembayaran. Walaupun tidak diragukan lagi bahwa penawaran pada *mobile wallet* sangat tinggi bagi para pedagang (UMKM) ataupun sebuah perusahaan tetapi tingkat adopsi masih sangat rendah apabila kita bandingkan dengan tingkat populasi pada sebuah daerah, dikarenakan sebagian besar masyarakat tidak menggunakan transaksi digital dikarenakan sedikitnya kepemilikan *smartphone* ataupun rendahnya tingkat konektivitas internet, dan juga terdapat faktor *psychologi* terhadap rendahnya tingkat keamanan dan juga data privasi tiap orang. Sebagian orang juga masih berpikir bahwa konsep uang digital sangat baru dan sebagian besar masih menggunakan uang kartal sebagai media transaksi utama. Walaupun nyatanya *mobile wallet* memberikan kenyamanan dapat pembawaan uang dan dalam transaksi, tetapi hal ini juga meningkatkan tingkat fokus pada data tiap orang yang disimpan oleh data pada ponsel pintar yang mempunyai resiko apabila hilang ataupun dicuri. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Esawe, (2022b) menekankan bahwa *Effort expectancy* adalah bagaimana konsumen percaya bahwa mempelajari *e-wallet* sangatlah mudah sehingga dapat menggunakan *e-wallet* dan menyatakan bahwa *Effort expectancy* memiliki pengaruh pada pengadopsian *e-wallet*. *Effort expectancy* menentukan perilaku masyarakat dalam menentukan atau melaksanakan penilaian bersama baik itu dalam hal penilaian positif ataupun negatif. Ketika orang mengetahui tingkat nilai baik kenyamanan ataupun konsekuensi pada penggunaan, hal tersebut dapat mempengaruhi penilaian sendiri bagi orang tersebut akan menggunakan ataupun tidak, semua tergantung pada manfaat yang akan diberikan dari sebuah sistem tersebut. Studi saat ini mengoperasionalkan ekspektasi upaya sebagai kenyamanan dan kegunaan yang dirasakan nasabah bank saat menggunakan layanan teknologi *e-wallet*.

H2: *Effort expectancy* mempengaruhi minat individu dalam mengadopsi penggunaan e-wallet dalam melakukan suatu kegiatan usaha.

***Performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap pelaku UMKM untuk menggunakan e-wallet.**

Performance expectancy adalah harapan, pendapat, dan pengalaman yang akan didapatkan oleh pengguna pada saat menggunakan pelayanan teknologi atau dapat diartikan efek yang diterima oleh pengguna ketika menggunakan teknologi tersebut (Rita et al., 2019). Dalam penelitian sebelumnya PE merujuk pada pilihan yang sudah memiliki jejak evaluasi dan memiliki respon yang efektif dari pengalaman para pengguna mobile payment, selebihnya PE diibaratkan sebagai pengalaman positif, negative ataupun pembeda yang menghasilkan kesimpulan manfaat yang didapatkan akan mempengaruhi penggunaan pada *e-wallet*. Pada penelitian lain disebutkan bahwa PE memiliki pengaruh signifikan pada perilaku pengguna pada penggunaan *e-wallet*, hasil penemuan lain juga mendapati bahwa pengguna setuju bahwa akan merekomendasikan penggunaan *e-wallet* pada lingkungan mereka. Harapan kinerja sebagian besar ditentukan oleh indikator-indikator

seperti manfaat yang dirasakan, motivasi intrinsik dan ekstrinsik, kesesuaian pekerjaan, keunggulan relatif, dan ekspektasi hasil dari Teknologi Informasi (Marheni et al., 2022).

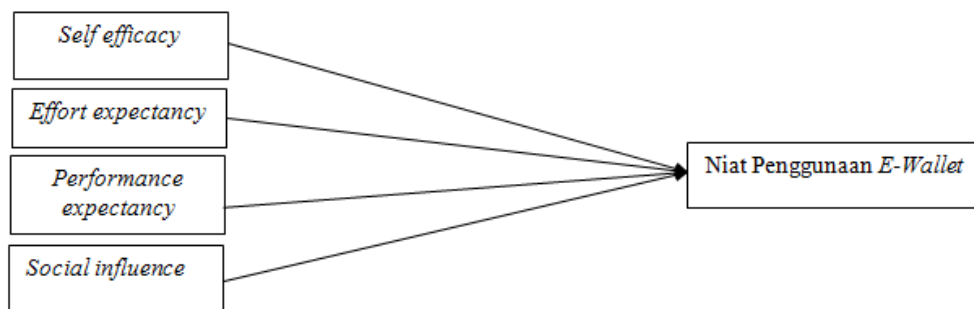
H3: *Performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap pelaku UMKM untuk menggunakan *e-wallet*.

Pengaruh Sosial (SI) memoderasi niat individu untuk menggunakan *e-wallet*

Social influence diartikan sebagai persepsi terhadap rekomendasi dan dukungan orang-orang yang penting yang akan berdampak pada keputusan mereka, dalam penelitian ini diartikan dalam penggunaan *e-wallet* (Černikováitė, 2019). Pada penelitian ini menghubungkan bahwa pengaruh lingkungan dapat mengubah pandangan, sikap atau perilaku pada seorang individu maupun kelompok terhadap hal tertentu. Berdasarkan salah satu penelitian menyatakan bahwa *Social influence* memiliki pengaruh positif pada minat menggunakan sistem *mobile payment*. Pada penelitian sebelumnya juga menghasilkan kesimpulan semakin tinggi pengaruh *social influence* akan semakin tinggi juga pengaruh minat penggunaan *mobile payment system* atau *e-wallet*. Penelitian yang dilakukan Esawe, (2022) juga ditemukan bahwa *social influence* juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku niat pengadobsian *e-wallet*, dengan kata lain salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan *e-wallet* adalah *social influence*.

H4: Pengaruh Sosial (SI) memoderasi niat individu untuk menggunakan *e-wallet*

Kerangka Penelitian

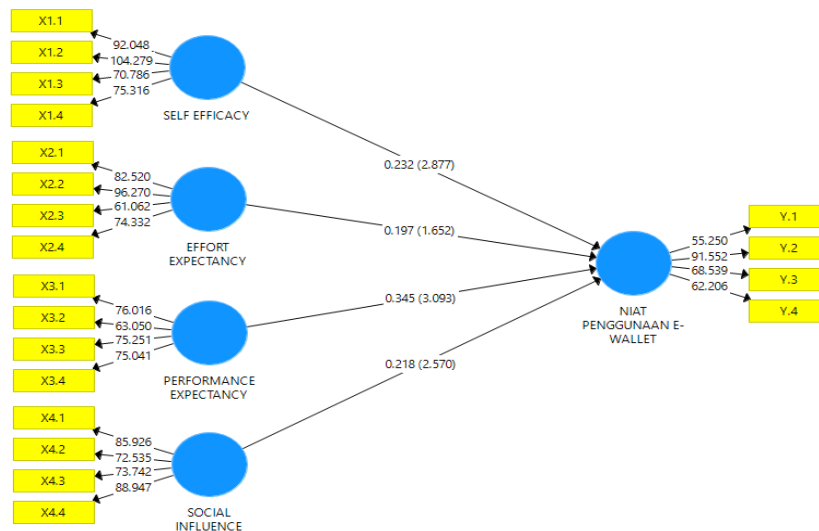


Gambar 1. Kerangka Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Skema Program PLS

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan metode analisis data *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan Program SMARTPLS 3.0. Berikut terdapat diagram model program PLS yang dijadikan objek pengujian:



Gambar 2. Outer Model

Evaluasi Pengukuran Model

Outer Model menunjukkan bagaimana variabel *manifest* atau *observed* variabel mempresentasikan variabel laten untuk diukur. Dalam analisa model ini menspesifikasikan hubungan antara variabel laten dengan indikator lainnya.

Analisis Uji Validitas

Pada penelitian, uji ini digunakan sebagai pengukuran apakah dalam setiap pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dapat mewakili variabel yang diteliti. Dalam penggunaan SMARTPLS pengukuran validitas dilakukan dalam 2 cara dan hasil analisis yang didapatkan adalah:

Convergent Validity

Nilai *Convergent Validity* adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator lainnya. Digunakan untuk pengujian validitas pada tiap indikator pada suatu variabel. Ukuran refleksibel individu dikatakan tinggi apabila berkorelasi $>0,7$ dengan konstruk yang di inginkan pada pengukuran, artinya indikator tersebut valid dalam mengukur konstruk yang dibuat (Ghozali, 2015). Namun dengan demikian tahapan pengembangan skala pengukuran nilai *loading* $>0,5$ dianggap cukup atau memenuhi syarat.

Tabel 1. Hasil Analisis *Convergent Validity*

Niat Penggunaan E-Wallet (Y)	<i>Self-Efficacy</i> (X.1)	<i>Effort Expectancy</i> (X.2)	<i>Performance Expectancy</i> (X.3)	<i>Social Influence</i> (X.4)
X1.1	0.928			
X1.2	0.938			
X1.3	0.916			
X1.4	0.925			
X2.1		0.931		
X2.2		0.939		
X2.3		0.910		
X2.4		0.926		
X3.1			0.919	
X3.2			0.905	
X3.3			0.918	
X3.4			0.906	
X4.1				0.934

X4.2	0.921
X4.3	0.925
X4.4	0.932
Y.1	0.903
Y.2	0.927
Y.3	0.911
Y.4	0.900

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Hasil temuan pada tabel 1 menunjukkan bahwa 5 variabel yang digunakan pada penelitian ini seperti *self-efficacy*, *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, dan niat penggunaan *e-wallet* memiliki pertanyaan yang mewakili tiap-tiap variabel yang memiliki nilai loading > 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan mewakili tiap variabel dan memenuhi syarat untuk diteliti.

Discriminant Validity

Kriteria pengujian bila nilai AVE pada setiap variabel yang digunakan lebih besar dari 0,5 maka dapat dinyatakan memenuhi syarat (Ghozali, 2015).

Tabel 2. Hasil Analisis Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Rata-rata Varians Diestrak (AVE)
Niat Penggunaan E-wallet (Y)	0.828
Self-Efficacy (X.1)	0.859
Effort Expectancy (X.2)	0.858
Performance Expectancy (X.3)	0.832
Social Influence (X.4)	0.861

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Dari nilai AVE yang terdapat pada tabel 2, maka dapat diketahui hasil dari variabel Niat penggunaan *e-wallet* > 0,5 atau sebesar 0,828 untuk hasil dari *self-efficacy* > 0,5 atau sebesar 0,859, variabel *effort expectancy* > 0,5 atau sebesar 0,858, *performance expectancy* > 0,5 atau sebesar 0,832, dan pada variabel *social influence* > 0,5 atau sebesar 0,861. Pada hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki *discriminant validity* yang baik.

Analisis Uji Reliabilitas

Pengukuran Reliabilitas akan menunjukkan besarnya akurasi dan konsistensi jawaban responden dalam variabel yang digunakan untuk menentukan apakah responden memiliki konsistensi dalam menjawab personal yang diteliti. Pada pengukuran ini terdapat 2 cara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Composite Reliability

Composite reliability digunakan untuk pengujian nilai reliabilitas indikator variabel, suatu konstruk dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliabilty* > 0,7 memiliki reliabilitas yang tinggi meskipun 0,6 masih dapat diterima.

Tabel 3. Hasil Analisis Composite Reliability

Variabel	Reliabilitas Komposit
Niat Penggunaan E-wallet (Y)	0.951
Self-efficacy (X.1)	0.961
Effort expectancy (X.2)	0.960
Performance expectancy (X.3)	0.952
Social influence (X.4)	0.961

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Nilai *Composite reliability* yang dihasilkan pada setiap variabel behavior intention e-wallet, *effort expectancy*, *mobile self-efficacy*, *performance expectancy*, dan *social influence* > 0,7 dimana nilai *composite reliability* dari variabel niat penggunaan e-wallet > 0,7 yaitu sebesar 0,951, variabel *self-efficacy* > 0,7 yaitu sebesar 0,961, variabel *effort expectancy* > 0,7 yaitu sebesar 0,960, *performance expectancy* > 0,7 yaitu sebesar 0,952, dan *social influence* > 0,7 yaitu sebesar 0,961. Apabila dilihat dari nilai *composite reliability* pada masing-masing variabel yang besarnya > 0,7 menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut reliabel

Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas dengan composite reliability dapat diperkuat dengan menggunakan nilai cronbach's alpha kriteria penilaian variabel apabila nilai cronbach's alpha tiap variabel > 0,7 maka dikatakan reliabel (Ghozali, 2015). Berikut ini penyajian Tabel 4, nilai *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel.

Tabel 4. *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Niat Penggunaan E-wallet (Y)	0.931
<i>Self-efficacy</i> (X.1)	0.945
<i>Effort expectancy</i> (X.2)	0.945
<i>Performance expectancy</i> (X.3)	0.933
<i>Social influence</i> (X.4)	0.946

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel 4, maka hasil dari *Cronbach's Alpha* variabel niat penggunaan e-wallet > 0,7 sebesar 0,931, variabel *self-efficacy*>0,7 sebesar 0,945, variabel *effort expectancy* > 0,7 sebesar 0,945, *performance expectancy* lebih dari 0,7 sebesar 0,933, dan *social influence* lebih dari 0,7 sebesar 0,946. Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *Cronbach's Alpha*, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Pada Penelitian akan dijelaskan mengenai hasil uji *path coefficient*, uji *goodness of fit* dan uji hipotesis. Dalam menilai model struktural dengan PLS dengan cara antara lain:

Analisis Kelayakan Model (Goodness of Fit)

Pengujian ini untuk menentukan model yang dibentuk layak untuk diteliti atau tidak dengan melihat hasil penelitian yang dilakukan adalah:

Tabel 5. Hasil *R-Square*

Model	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Niat Penggunaan E-wallet (Y)	0.849	0.847

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Tabel 5 digunakan untuk melihat pengaruh variabel *self-efficacy*, *effort expectancy*, *performance* dan *social influence* terhadap niat penggunaan e-wallet sebagai variabel Y. Berdasarkan tabel diketahui besar pengaruh variabel *self-efficacy*, *effort expectancy*, *performance expectancy* dan *social influence* terhadap variabel niat penggunaan e-wallet sebesar 0,849 atau 84,9%.

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa nilai *Q-Square* sebesar 0,849 yang berarti tingkat keberagaman model variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya sebesar 0,849 atau 84,9% sisanya yaitu 0,151 atau 15,1% dipengaruhi oleh

faktor lain. Dari hasil diatas maka penelitian ini dapat dinyatakan telah memiliki *goodness of fit* yang baik.

Tabel 6. Hasil Analisis NFI

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
<i>SRMR</i>	0.034	0.034
<i>d_ ULS</i>	0.236	0.236
<i>d_ G</i>	0.424	0.424
<i>Chi-Square</i>	564.426	564.426
<i>NFI</i>	0.905	0.905

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan pada tabel 6, indikator model fit menunjukkan bahwa nilai $NFI > 0,1$ atau lebih tinggi, dengan ini model dapat dikatakan lebih baik.

Analisa Uji Hipotesis

Untuk melihat hasil uji hipotesis pada penelitian ini dapat dilakukan dengan melihat hasil dari *t Statistic* dan *P Values* $> 0,05$. Pada penelitian ini juga memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap tiap variabel karena dalamnya terdapat variabel independen dan variabel dependen. Untuk hasil dari pengolahan hipotesis berpengaruh langsung dapat dilihat dari tabel *path coefficient* yang dapat menjelaskan pengaruh terbesar hingga terkecil.

Tabel 7. Hasil *Path Coefficient*

	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
<i>Self -efficacy (X1)>Niat Penggunaan E-wallet (Y)</i>	0,232	2,877	0,004
<i>Effort expectancy (X2)>Niat Penggunaan E-wallet (Y)</i>	0,197	1,652	0,099
<i>Performance expectancy (X3)>Niat Penggunaan E-wallet (Y)</i>	0,345	3,093	0,002
<i>Social influence(X4)>Niat Penggunaan E-wallet (Y)</i>	0,218	2,570	0,010

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel 7, diketahui bahwa variabel paling berpengaruh adalah variabel *performance expectancy* terhadap niat penggunaan *e-wallet* dengan nilai 3,093. Pengaruh terbesar kedua adalah variabel *self-efficacy* terhadap niat penggunaan *e-wallet* dengan nilai 2,877, lalu pengaruh terbesar ketiga adalah variabel *social influence* terhadap niat penggunaan *e-wallet* sebesar 2,570 dan sedangkan variabel *effort expectancy* hanya memiliki pengaruh kecil terhadap niat penggunaan *e-wallet* yang bernilai sebesar 1,652. Berdasarkan hasil dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 model variabel X yang berpengaruh besar terhadap variabel Y sedangkan 1 variabel X tidak memiliki pengaruh besar terhadap variabel Y. Dari hasil diatas dapat diketahui semakin besar nilai *path coefficient* maka semakin kuat juga pengaruh hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Untuk menentukan tingkat signifikansi pada tabel 7 dapat dilihat pada nilai *p value* yaitu hasil analisis yang diperoleh adalah:

1. Nilai pada variabel *self-efficacy* terhadap niat penggunaan *e-wallet* bernilai *p values* 0,004 maka dapat dijelaskan *p values* $0,004 < 0,5$ maka dapat diartikan bahwa H1 diterima atau variabel *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*.

2. Nilai pada variabel *effort expectancy* terhadap niat penggunaan *e-wallet* bernilai *p values* 0,099 maka dapat dijelaskan *p values* $0,099 > 0,05$ maka dapat diartikan bahwa H2 ditolak atau variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*.
3. Nilai pada variabel *performance expectancy* terhadap niat penggunaan *e-wallet* bernilai *p values* 0,002 maka dapat dijelaskan *p values* $0,002 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa H3 diterima atau variabel *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*.
4. Nilai pada variabel *social influence* terhadap niat penggunaan *e-wallet* bernilai *p values* 0,010 maka dapat dijelaskan *p values* $0,010 < 0,5$ maka dapat diartikan bahwa H4 diterima atau variabel *social influence* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Self efficacy* terhadap Niat Penggunaan E-Wallet.

Berdasarkan analisis dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Maka dalam penelitian ini pengetahuan seseorang tentang perangkat *mobile* berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan sistem keuangan digital atau dompet digital. *Self-efficacy* juga penting dalam minat penggunaan dompet elektronik, dan dalam penelitian ini tanpa pengetahuan tentang seluler seseorang tidak akan dapat menerapkan atau mengikuti teknologi yang semakin maju seperti *e-wallet*. Dari hasil penelitian (Fauziah & Ashfiasari, 2021) juga mendapat hasil penelitian bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran secara non-tunai pada pengguna aplikasi transportasi daring. Penelitian lain (Alfany et al., 2019) juga memiliki hasil bahwa terdapat pengaruh *self-efficacy* terhadap niat dalam penggunaan digital payment.

Pengaruh *Effort expectancy* terhadap Niat Penggunaan E-Wallet

Berdasarkan analisis dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Maka dalam penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa harapan usaha seseorang tidak memiliki pengaruh signifikan dengan minat dalam penggunaan dompet digital. Hasil temuan ini berlawanan dengan penelitian (Raihan & Rachmawati, 2019; Syifa & Tohang, 2020) yang menghasilkan temuan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* terhadap *e-wallet*. Dari hal ini dapat mengakibatkan para pelaku UMKM akan kurang mempertimbangkan penggunaan dompet elektronik.

Pengaruh *Performance expectancy* terhadap Niat Penggunaan E-Wallet

Berdasarkan analisis dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Dalam hal ini *performance expectancy* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan para pengguna yaitu dalam penggunaan sistem teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaan. Dalam penelitian ini juga menemukan bahwa *e-wallet* juga berkembang pesat dan juga efektif dalam hal transaksi para pelanggan UMKM. Harapan kinerja dapat memberi dampak signifikan pada minat penggunaan dompet digital terutama para pelaku UMKM yang merasa lebih mudah dalam transaksi kepada pelanggan. Hasil temuan ini berlawanan dengan (Syifa & Tohang, 2020) yang memiliki kesimpulan, *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* terhadap *e-wallet*.

Dengan pertimbangan manfaat, keuntungan dan motivasi yang dapat diperoleh pada penggunaan teknologi informasi, maka minat penggunaan teknologi informasi akan semakin meningkat sebagai sarana untuk meningkatkan kinerja baik individu maupun kalangan masyarakat pelaku UMKM.

Pengaruh *Social influence* terhadap Minat Penggunaan E-Wallet

Berdasarkan analisis dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. *Social influence* atau pengaruh sosial diartikan sebagai pengaruh orang-orang penting dalam lingkungan yang menyarankan sebuah penggunaan sistem (Fauziah & Ashfiasari, 2021). Maka pada penelitian ini *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependen. Penelitian ini didukung oleh penelitian model UTAUT (Prasetyo & Ridwanudin, 2017). Penelitian lain (Fauziah & Ashfiasari, 2021) mendapat temuan bahwa *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention e-wallet*.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan juga pembahasan diperoleh bahwa *self-efficacy*, *performance expectancy*, dan *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*, sedangkan *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Hal ini tentunya mempengaruhi niat para pelaku UMKM di Kecamatan Gemolong dalam menentukan apakah akan menggunakan dompet digital. Dengan kondisi yang saat ini sudah memasuki zaman serba digital tentunya akan memiliki pengaruh positif apabila menggunakan layanan dompet elektronik. Penelitian ini juga menambah literatur untuk menemukan potensi perilaku masyarakat khususnya pelaku UMKM dalam menggunakan dompet digital. Selain itu penelitian ini juga memperluas pemahaman tentang penyedia layanan dompet digital dengan memasukkan faktor yang dapat meningkatkan penggunaan dompet elektronik sesuai dengan keinginan masyarakat, sebagai negara berkembang tentunya peralihan dari uang kartal menjadi uang digital akan memiliki pengaruh yang akan berdampak di masa depan yang menjadikan dunia usaha masyarakat memiliki kesadaran dan juga pengetahuan digital untuk peningkatan di masa depan. Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yang hanya berfokus pada pelaku UMKM Kecamatan Gemolong, lalu penelitian ini tidak dapat memastikan sebab dan akibat jangka panjang pada hubungan antar faktor dikarenakan studi merupakan studi *cross sectional* dan persepsi masyarakat mungkin dapat berubah seiring berjalannya waktu ketika memperoleh pengalaman, pengetahuan dan perkembangan teknologi yang semakin baru.

Saran

Penelitian ini memiliki kemampuan generalisasi yang terbatas karena hanya dilakukan di Kecamatan gemolong. Penelitian di masa depan mungkin dapat meniru kerangka kerja kami mungkin dengan sampel lebih besar atau lebih beragam baik secara geografis ataupun rentang kelompok umur yang lebih beragam, dikarenakan kelompok umur para responden didapati berusia dibawah 30 tahun (87,1%) karena pengguna rata-rata teknologi berada di kelompok umur ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, G. ., Sandran, T., Ganesan, Y., & Iranmanesh, M. (2022). Go cashless! Determinants of continuance intention to use e-wallet apps: a hybrid approach using PLS-SEM and fsQCA. *Technology in Society*, 68(6).
- Abdullah, N., Redzuan, F., & Daud, N. A. (2020). E-wallet: Factors influencing user acceptance towards cashless society in Malaysia among public universities. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 20(1), 67–74. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74>
- Alalwan, A. A., Baabdullah, A. M., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Dwivedi, Y. K. (2018). Examining adoption of mobile internet in Saudi Arabia: Extending TAM with perceived enjoyment, innovativeness and trust. *Technology in Society*, 55(5), 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.06.007>
- Alfany, Z., Saufi, A., & Mulyono, L. E. H. (2019). The Impact of Social Influence, Self-Efficacy, Perceived Enjoyment, and Individual Mobility on Attitude toward use and Intention to use Mobile Payment of OVO. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 19(7), 1–8.
- Behr, D. (2017). Assessing the use of back translation: the shortcomings of back translation as a quality testing method. *International Journal of Social Research Methodology*, 20(6), 573–584. <https://doi.org/10.1080/13645579.2016.1252188>
- Černikovaitė, M. (2019). The impact of Influencer marketing on consumer buying behavior in social networks. *International Scientific Conference*, 16(10), 805–812. <https://doi.org/10.3846/cibmee.2019.082>
- Chao, C. M. (2019). Factors determining the behavioral intention to use mobile learning: An application and extension of the UTAUT model. *Frontiers in Psychology*, 10(7), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01652>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Chen, Y. M., Hsu, T. H., & Lu, Y. J. (2018). Impact of flow on mobile shopping intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41(March), 281–287. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.04.004>
- Esawe, A. T. (2018). Using zakat to build the resilience of communities to disasters: evidence from Egypt. *USING ZAKAT TO BUILD THE RESILIENCE*, 1–26.
- Esawe, A. T. (2022a). Exploring Retailers' Behavioural Intentions Towards Using M-payment: Extending UTAUT with Perceived Risk and Trust. *Paradigm: A Management Research Journal*, 26(1), 8–28.
- Esawe, A. T. (2022b). Investigating the Dynamic Relationship Between Social Distancing Restrictions and the Adoption of Mobile Money Services in the Middle East: A

Panel Data Analysis. *Paradigm: A Management Research Journal*, 1–19.

- Esawe, A. T., & Elwkeel, E. M. (2020). Managing the Digital Transformation, Strategic Management, and Tactical Actions to Implement GFMIS: an Egyptian case study. *Journal of Management Research*, 38(3), 63–83. <https://doi.org/10.21608/jso.2020.223966>
- Esawe, A. T., Esawe, K. T., & Esawe, N. T. (2022). Acceptance of the learning management system in the time of COVID-19 pandemic: An application and extension of the unified theory of acceptance and use of technology model. *E-Learning and Digital Media*, 1–29.
- Fagan, M. H. (2019). Factors Influencing Student Acceptance of Mobile Learning in Higher Education. *Computers in the Schools*, 36(2), 105–121. <https://doi.org/10.1080/07380569.2019.1603051>
- Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial(Embiss)*, 1(4), 307–317. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Flavian, C., Guinaliu, M., & Lu, Y. (2020). Mobile payments adoption – introducing mindfulness to better understand consumer behavior. *International Journal of Bank Marketing*, 38(7), 1575–1599. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2020-0039>
- Gholami, R., Ogun, A., Koh, E., & Lim, J. (2010). Factors affecting e-payment adoption in Nigeria. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 8(4), 51–67. <https://doi.org/10.4018/jeco.2010100104>
- Gupta, K. ., Manrai, R., & Goel, U. (2019). Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: extending UTAUT with perceived credibility. *Journal of Asia Business Studies*, 13(2), 173–195.
- Haryati, D. (2019). Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19. *Business Innovation & Entrepreneurship*, 3(1), 33–39. <https://nextren.grid.id>
- Imam Ghozali, H. L. (2015). *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS*. BPFE.
- Klongthong, W., Thavorn, J., Thanabodypath, W., Dhammathattariya, P., & Chandrachai, A. (2020). The influence of entrepreneurial self-efficacy and innovation on firm performance: Evidence from thai startup firms. *Humanities and Social Sciences Letters*, 8(4), 450–463. <https://doi.org/10.18488/JOURNAL.73.2020.84.450.463>
- Kwateng, K. O., Atiemo, K. A. O., & Appiah, C. (2018). Acceptance and use of mobile banking: an application of Utaut2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151.
- Lestari, R. A. P., & Yulianto, A. (2017). Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Sosial, Akses

Kepada Modal, dan Kepemilikan Jaringan Sosial Terhadap Sikap Kewirausahaan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2013 Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 752–762.

- Marheni, D. K., Candy, C., Putri, J. R., Marcelino, M., & Widyasari, D. A. (2022). Factors Determining College Students' Intention to use E-Wallets. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 265–274. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i2.1847>
- Prasetyo, A. A., & Ridwanudin, O. (2017). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Berkunjung Di Jendela Alam. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1077–1084. <https://doi.org/10.17509/thej.v6i2.5518>
- Putra, D. A., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh City Branding “The Heart Of East Java” Pada Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis2*, 15(2), 1–20.
- Raihan, T., & Rachmawati, I. (2019). Analyzing Factors Influencing Continuance Intention Of E-wallet Adoption Using Utaut 2 Model (a Case Study Of Dana In Indonesia). *EProceedings of Management*, 6(2).
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 43, 22–34.
- Syifa, N., & Tohang, V. (2020). The Use Of E-Wallet System. *International Conference on Information Management and Technology*, 342–347.