

## **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Elektronik Ovo Dengan Persepsi Manfaat Sebagai Variabel Mediasi**

**Eneng Iviq Hairo Rahayu**

Universitas Bina Sarana Informatika. Indonesia

e-mail: eneng.eor@bsi.ac.id

---

### **Article History**

Received: 05/01/2022

Revised: 14/01/2023

Accepted: 15/01/2023

**Keywords: Perceived Convenience, Perceived Benefit, Decision**

**Abstract:** *This study uses a quantitative approach to the survey method. The data used is primary data in the form of a questionnaire totaling 100 respondents. The subject of this research is the Ovo e-wallet user community in Jabodetabek. Data analysis uses a partial least square which has the aim of simplifying the results of processed data, so that it is easy to understand and interpret.*

*The results of this study indicate that Perceived Benefits have a significant influence on Decisions. The path coefficients value shows a positive number of (0.656) which indicates that Perceived Benefits have a positive influence on the decision to use the Ovo e-wallet. Perceived convenience does not have a significant effect on the decision to use the Ovo e-wallet. Perceived convenience does not have a significant effect on the decision to use the Ovo e-wallet. Perceived convenience has a significant influence on perceived benefits.*

---

### **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi era globalisasi saat ini memang menggembirakan. Dunia perusahaan sangat kompetitif. Era yang maju ini menuntut perkembangan pesat di berbagai sektor Teknologi Informasi (TI). Saat ini, berbagai industri, termasuk di bidang telekomunikasi, transportasi, pendidikan, kesehatan, perbankan, dan perdagangan, menggunakan TI untuk meningkatkan operasi mereka. Manusia kini tidak terlepas dari dan selalu berada di atas kemajuan teknologi masa kini berkat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Peluncuran Internet adalah salah satu contoh kemajuan teknis yang paling menonjol. Globalisasi dan pertumbuhan Internet terus berlanjut sedemikian rupa sehingga setiap orang melihat transformasi dunia semakin nyata. Globalisasi ekonomi adalah salah satu jenis globalisasi yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi global.

Globalisasi ekonomi dapat terwujud dalam pemasaran sebagai kemudahan akses bisnis yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun kita berada. Saat ini, dunia telah memasuki revolusi industri 4.0, yang ditandai dengan integrasi tanpa batas dari semua upaya manusia ke dalam dunia digital. Adanya perkembangan ilmu pengetahuan mengakibatkan munculnya beragam kegiatan yang mengandalkan teknologi agar semakin mudah digunakan oleh manusia seperti *e-government*, *e-commerce*, *e-wallet*, *e-education*, *e-laboratory*, dan lain-lain yang semuanya dikemas dalam bentuk elektronik.

Saat ini, ada dua cara untuk melakukan pembayaran elektronik: pertama, dengan menggunakan kartu fisik yang dilengkapi dengan chip elektronik, yang juga dikenal sebagai kartu

berbasis chip; kedua, dengan menggunakan apa yang dikenal sebagai pembayaran elektronik berbasis server, juga dikenal sebagai dompet elektronik atau *e-wallet* berbasis server. Mirip dengan sistem pembayaran atau transaksi yang dulunya hanya bisa menggunakan uang tunai (*cash-based*), kini transaksi bisa dilakukan secara non tunai (*non-cash*). Uang elektronik atau yang sering dikenal dengan *e-money* saat ini sedang berkembang di Indonesia sebagai salah satu alat pembayaran nontunai. Secara umum, berbagai kriteria seperti manfaat yang dirasakan, utilitas yang dirasakan, keamanan yang dirasakan, lingkungan, fitur layanan, daya tarik, tingkat pemahaman, dan pendapatan berdampak pada seberapa sering *e-money* digunakan.

Untuk melakukan aktivitas transaksi, konsumen kini dapat menggunakan sistem pembayaran online yang meluas melalui pembayaran aplikasi mobil (*m-payment*), sehingga tidak perlu lagi membawa uang tunai dalam besar. Sebagai gantinya, mereka bisa puas dengan metode transfer dana atau scan kode QR (*quick response*) di berbagai toko yang fungsinya mirip dengan penyedia layanan mobile payment. Menggunakan akses pembayaran non tunai menjadikan transaksi semakin mudah dan sederhana sehingga diharapkan masyarakat tidak kesulitan untuk melakukan proses jual beli maupun membawa uang tunai dalam jumlah yang banyak. Salah satu aplikasi android yang dapat digunakan untuk pembayaran yaitu aplikasi OVO yang dapat di unduh melalui Play Store dan Apple IOS.

Aplikasi OVO merupakan platform yang digunakan untuk pembayaran elektronik atau digital yang memiliki saldo OVO Cash dan memungkinkan pengguna untuk memanfaatkan aplikasi tersebut secara maksimal melalui perangkat mobile. OVO Cash adalah sejumlah uang atau cash yang dapat diakses melalui aplikasi OVO dan digunakan untuk berbagai transaksi keuangan, antara lain melakukan pembayaran ke berbagai merchant rekanan, isi pulsa, dan cek saldo.

OVO memiliki 20,8 juta pengguna aktif bulanan, ini lebih banyak daripada gabungan Dana dan LinkAja dalam kategori aplikasi independen. Karena kebanyakan orang memanfaatkan OVO untuk bertransaksi di Grab dan Tokopedia, OVO memimpin. Baru-baru ini, mereka memulai kolaborasi dengan Bareksa untuk OVO Invest, sebuah fitur yang memungkinkan pengguna OVO untuk membeli reksa dana dan melacak perubahan harga mereka dalam aplikasi seluler OVO. Setelah merger antara Gojek dan Tokopedia, OVO kini makin melekat ke Grab. Bahkan pada akhir 2021 lalu, 90% saham OVO dipegang oleh Grab.

Model Penerimaan Teknologi adalah salah satu metode untuk mengevaluasi kegunaan teknologi (TAM). Davis menciptakan model TAM yang merupakan adaptasi dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*) (1986). Menurut model TAM, ada dua elemen yang memengaruhi cara orang menggunakan komputer dan seberapa bermanfaatnya komputer. Persepsi Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah asumsi pengambilan keputusan. Pengguna akan menggunakan sistem teknis jika mereka percaya itu mudah digunakan. Di sisi lain, pengguna tidak akan menggunakan sistem teknis jika mereka tidak yakin sistem tersebut beroperasi dengan benar. Mudah dipelajari, mudah dikendalikan, jelas dan mudah dipahami, serbaguna, dan mudah digunakan adalah beberapa komponen yang membuat segala sesuatu menjadi mudah digunakan.

Peneliti memilih variabel tersebut untuk penelitian karena berdasarkan pengamatan mereka terhadap fenomena di Jabodetabek, mereka menemukan bahwa Dompet Digital OVO memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan metode pembayaran nontunai lainnya, yaitu mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi. Hal ini menunjukkan, bahwa Dompet Digital OVO memiliki banyak keunggulan dan mudah digunakan. Namun karena kurangnya kesadaran masyarakat akan keuntungan dan kemudahan bertransaksi menggunakan Dompet Digital OVO, tidak banyak orang yang memanfaatkannya sebagai alat pembayaran atau transaksi di Jabodetabek.

## METODOLOGI PENELITIAN

Software Smart PLS 3.0 digunakan dalam penyelidikan ini. PLS adalah teknik baru yang banyak diminati karena tidak memerlukan data yang terdistribusi secara normal. Untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang dibuat adalah *Best Linear Unbiased Estimate* (BLUE), peneliti harus memverifikasi asumsi tertentu dalam pendekatan analisis yang menggunakan regresi (Hussein, 2015). Di sini, pendekatan *bootstrapping* atau penggandaan acak digunakan oleh PLS. Oleh karena itu, PLS tidak akan bermasalah dengan asumsi kenormalan.

Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang pernah menggunakan aplikasi OVO di Jabodetabek. Sampel penelitian ini dihitung menggunakan rumus slovin dengan alfa atau tingkat kesalahan sebesar 10%. Penentuan jumlah sampel penelitian berdasarkan pada penghitungan rumus Slovin (Husein 2013). Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus Slovin, maka dalam penelitian ini menggunakan 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan kuesioner (angket). Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu terdiri dari pertanyaan-pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan (Sugiyono 2016).

Analisis data statistik inferensial SEM dengan menggunakan software SmartPLS mulai dari pengukuran model (outer model), struktur model (inner model) dan pengujian hipotesis. Terdapat tiga macam pengujian yang dilakukan untuk mengevaluasi measurement model, yaitu; (1) uji individual item reliability, (2) uji internal consistency, dan (3) uji discriminant validity. Pada *Evaluasi Structural Model* dilakukan dengan perhitungan R square

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Convergent Validity

Validitas konvergen merupakan salah satu pengujian yang menunjukkan hubungan antara pertanyaan kuesioner yang tersebar dengan variabel laten. Suatu indikator harus memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,7 agar dapat lolos uji validitas. Nilai validitas konvergen untuk semua variabel yang sesuai dengan kriteria yang tercantum pada tabel di bawah ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. Loading Factor**

*Convergent Validity (loading factor)*

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
Persepsi Kemudahan	X1.1	0,891	Valid
	X1.2	0,87	Valid
	X1.3	0,97	Valid
	X1.4	0,973	Valid
	X1.5	0,969	Valid
	X1.6	0,959	Valid
Persepsi Manfaat	Z.1	0,903	Valid
	Z.2	0,978	Valid
	Z.3	0,98	Valid
	Z.4	0,918	Valid
Keputusan	Y.1	0,853	Valid
	Y.2	0,959	Valid
	Y.3	0,944	Valid
	Y.4	0,879	Valid

Sumber : data diolah SmarPLS 2022

Berdasarkan tabel di atas, nilai loading factor masing-masing indikator pada masing-masing variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan keputusan memenuhi standar penelitian karena menampilkan hasil dengan nilai *loading factor* > 0,7.

Membandingkan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) dapat digunakan untuk menguji validitas diskriminatif suatu variabel. Yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki *discriminant validity* yang sangat baik jika nilai AVE lebih besar dari 0,5. Hasil perhitungan AVE untuk setiap variabel menunjukkan nilai dari AVE pada setiap masing-masing variabel, persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi Manfaat dan Keputusan menunjukkan hasil nilai lebih besar dari 0,5, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel memiliki nilai *convergent validity* valid.

### Reliabilitas

Menemukan reliabilitas dilakukan dengan melihat dari nilai *composite reliability* pada setiap indikator yang mengukur variabel dan nilai *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* diatas 0,7 dan nilai *cronbach alpha* diatas 0,7. Berikut adalah nilai dari *composite reliability* dan nilai *cronbach alpha* yang ditampilkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**  
 Nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite reliability</i>	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,973	0,978	Valid
Persepsi Manfaat	0,96	0,971	Valid
Keputusan	0,93	0,95	Valid

Sumber : data diolah SmartPLS 2022

Setiap variabel pada tabel hasil pengujian di atas memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,7. Selain itu, reliabilitas komposit masing-masing variabel memiliki nilai di atas 0,7. Oleh karena itu, variabel dalam penelitian ini menunjukkan reliabilitas komposit yang baik secara keseluruhan. Dan analisis tambahan dapat dilakukan dengan menilai kecocokan model dan inner model.

### Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah mengevaluasi *outer model*, maka dapat menguji *inner model* untuk menentukan hasilnya. Untuk menentukan apakah ada tautan menguntungkan bersamaan, model dalam atau model struktural diuji. R-Square dari setiap variabel dependen adalah hal pertama yang harus dipertimbangkan saat mengevaluasi model struktural ini. Hasil R-Square menggunakan SmartPLS ditampilkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3. Inner Model**

#### R Square

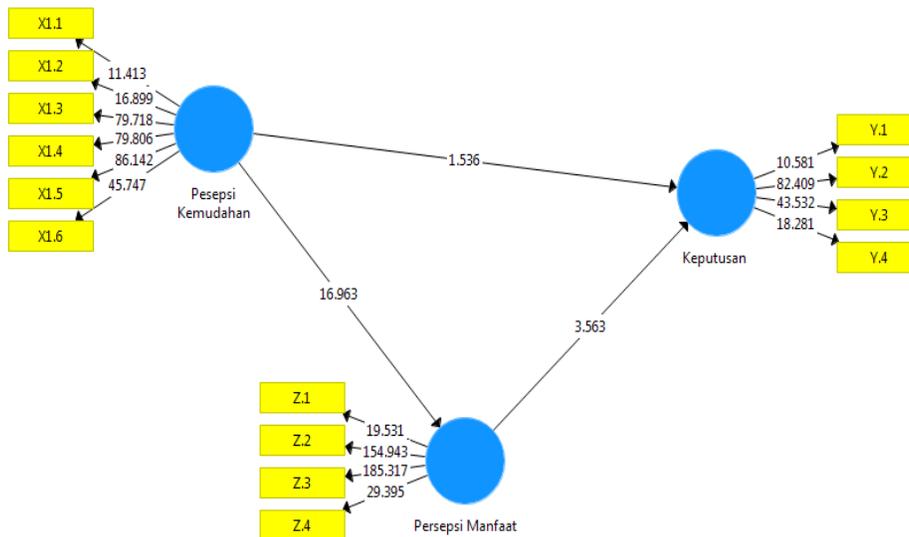
Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
Keputusan	0.814	0.810
Persepsi Manfaat	0.787	0.785

Pada tabel diatas, menunjukkan hasil dari R-Square pada variabel persepsi manfaat adalah sebesar 0,785 yang berarti secara simultan persepsi manfaat mampu menjelaskan variabel independen berupa persepsi kemudahan penggunaan sebesar 78,5%, sisanya 21.5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Mengenai nilai R-Square pada variabel keputusan adalah sebesar 0,810 yang berarti secara simultan keputusan mampu menjelaskan variabel independen persepsi kemudahan penggunaan sebesar 81% sisanya 19% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

### Hasil Pengujian Hipotesis

Di bawah ini akan menjabarkan hasil dari output estimasi dalam pengujian model struktural yang ditampilkan pada tabel dibawah ini.



**Gambar 1. Diagram Jalur dari Model Teoritis Penilaian**

**Tabel 4. Uji Hipotesis**

Path Coefficients			
	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Persepsi Manfaat -> Keputusan	0.656	2.835	0.006
Pesepsi Kemudahan -> Keputusan	0.268	1.188	0.238
Pesepsi Kemudahan -> Persepsi Manfaat	0.887	16.750	0.000

### Pengaruh Pesepsi Manfaa Terhadap Keputusan Penggunaan

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan dalam Hipotesis 1. Dari hasil analisis didapat nilai t statistik (2,835) dengan  $p < 0.05$  (0,006) serta *path coefficients* positif (0,656). Hasil *t-statistics* memiliki nilai lebih besar dari t-tabel (2.835) dan *p-value* memiliki nilai lebih kecil dari 0,05, sehingga dalam penelitian ini Persepsi Manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan. Nilai *path coefficients* menunjukkan angka positif sebesar (0,656) yang menandakan

Persepsi Manfaat memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik Ovo, sehingga dalam penelitian ini, hipotesis 1 dapat diterima.

### Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap keputusan yang dirumuskan dalam Hipotesis 2. Dari hasil analisis didapat nilai t statistik (1.118) dengan  $p > 0.05$  (0,238) serta *path coefficients* positif (0,268). *p-value* memiliki nilai lebih besar dari 0,05, sehingga dalam penelitian ini persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik Ovo. Sehingga dalam penelitian ini, hipotesis 2 ditolak

### Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Manfaat

Pengaruh Persepsi kemudahan terhadap Persepsi Manfaat sebagai variabel dirumuskan dalam Hipotesis 3. Dari hasil analisis didapat nilai t statistik (16.750) dengan  $p < 0.05$  (0,000) serta *path coefficients* positif (0,887). Hasil *t-statistics* memiliki nilai lebih besar dari t-tabel (16.750) dan *p-value* memiliki nilai lebih kecil dari 0,05, sehingga dalam penelitian ini persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi manfaat . sehingga dalam penelitian ini, hipotesis 3 diterima.

### Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

**Tabel 5. Indirect Effects**

Specific Indirect Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics ( O...	P Values
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Manfaat -> Keputusan	0.582	0.553	0.160	3.640	0.000

### Pengaruh Kemudahan terhadap Terhadap Keputusan Penggunaan yang Dimediasi Persepsi Manfaat

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t statistik (3.640) dengan  $p < 0.05$  (0,000) serta *path coefficients* positif (0,582). Hasil *t-statistics* memiliki nilai lebih besar dari t-tabel (3,640) dan *p-value* memiliki nilai lebih kecil dari 0,05, sehingga dalam penelitian ini Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik Ovo. Pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan jika kedua pengaruh langsung yang membentuknya adalah signifikan. Pengaruh langsung Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Manfaat dan pengaruh langsung Persepsi Manfaat terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik Ovo, keduanya memberikan pengaruh yang signifikan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan antara pengaruh tidak langsung Persepsi kemudahan terhadap keputusan menggunakan dompet elektronik Ovo melalui Persepsi Manfaat , ini berarti hipotesis 4 diterima.

### SIMPULAN

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa:

1. Persepsi Manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan. Nilai path coefficients menunjukkan angka positif sebesar (0,656) yang menandakan Persepsi Manfaat memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik Ovo.
2. Persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik Ovo.
3. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi manfaat

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 22, 103-150.
- Adamson, I., dan Shine, J (2003). "Extending The New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank Treasury," *Technology Analysis & Strategic Management*. Vol.15.
- Frimayasa, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Tokopedia. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 941–945.
- Frimayasa, A., & Haris Nasution, I. (2022). "The Influence Of Social Media, Celebrity Endoser, And Brand Image On Consumer Purchase Decisions At Tokopedia," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3).
- Ghozali, Imam (2016). *Aplikasi SEM dengan Menggunakan AMOS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oak, CA: Sage publications.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). "Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines". *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Husein, Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. 2nd ed. Jakarta: Rajawali Pers.
- Jogiyanto, H.M (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Lapriska, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Maria Lapriska Dian Ela Revita Agtovia Frimayasa Aris Kurniawan. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(1), 2614–3747.
- "Peta Kompetisi Dompot Digital Indonesia, Siapa Lebih Unggul?" availabel at <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220628115548-37-350996/peta-kompetisi-dompot-digital-indonesia-siapa-lebih-unggul>
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C (2000). *Pengaruh Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Alih Bahasa Oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman dan Kanuk (2015). *Consumer Behavior*. 11th Edition. New Jersey: Global Edition.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Cetakan 13. Yogyakarta: Alfabeta.

---

Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, and Fred D. Davis (2003). "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View." *Inorganic Chemistry Communications* 27(3):425–78. doi: 10.1016/j.inoche.2016.03.015.

Wibowo (2008). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

"Peta Kompetensi Dompot Digital Indonesia, Siapa Lebih Unggul?" available at <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220628115548-37-350996/peta-kompetisi-dompot-digital-indonesia-siapa-lebih-unggul>