



PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DI KALANGAN MASYARAKAT

Romansyah Sahabuddin

romansyah@unm.ac.id

Universitas Negeri Makassar

Azlan Azhari

azlanazhari77@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Swietha Manggarani

sweethaa.manggarany@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Fitri Aulia Ramadani

fitriauliaramadani5@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Legistha Meidy Astuty

Legisthameidy15@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Athira Purnama

athirapurnama@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

Alamat: Jalan A. P. Pettarani, Tidung, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan

Korespondensi penulis: romansyah@unm.ac.id

Abstrak: *This study discusses how the factors of convenience, security, promotion, and trust affect people's interest in using digital wallets. In the midst of technological developments and people's habits that are starting to shift to non-cash transactions, digital wallets are becoming one of the popular choices. The study used a quantitative approach by distributing questionnaires to digital wallet users. The data obtained was then analyzed using multiple linear regression to see the extent to which each factor influenced the use decision. The results of the study show that these four factors play an important role and support each other in increasing the use of digital wallets. In particular, trust and convenience are the two aspects that have the greatest influence on people's decisions. These findings are expected to be a consideration for digital wallet service providers in devising strategies to attract more users.*

Keywords: *Digital wallets, convenience, security, promotions, trust, consumer behavior.*

Abstrak: Penelitian ini membahas bagaimana faktor kemudahan, keamanan, promosi, dan kepercayaan memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan dompet digital. Di tengah perkembangan teknologi dan kebiasaan masyarakat yang mulai beralih ke transaksi non-tunai, dompet digital menjadi salah satu pilihan populer. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna dompet digital. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan SEM (Structural Equation Modeling) untuk melihat sejauh mana masing-masing faktor memengaruhi keputusan penggunaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut berperan penting dan saling mendukung dalam meningkatkan penggunaan dompet digital. Secara khusus, kepercayaan dan kemudahan menjadi dua aspek yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan masyarakat. Temuan ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi penyedia layanan dompet digital dalam menyusun strategi untuk menarik lebih banyak pengguna.

Kata Kunci: dompet digital, kemudahan, keamanan, promosi, kepercayaan, perilaku konsumen

PENDAHULUAN

1. Latar belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan. Salah satu wujud nyata dari kemajuan tersebut adalah munculnya sistem pembayaran berbasis digital yang dikenal dengan istilah dompet digital (*e-wallet*). Dompet digital merupakan aplikasi atau layanan berbasis elektronik yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dana, melakukan pembayaran, serta melakukan transaksi keuangan lainnya secara praktis melalui perangkat elektronik seperti smartphone.

Di Indonesia, penggunaan dompet digital mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp204 triliun pada tahun 2020, yang mencerminkan peningkatan sebesar 38,62% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini sejalan dengan meningkatnya jumlah pengguna internet dan penetrasi penggunaan perangkat digital, serta didukung oleh kampanye pemerintah melalui program *Gerakan Nasional Non Tunai* (GNNT). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat mulai beralih ke sistem pembayaran non-tunai yang dinilai lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan gaya hidup modern.

Namun demikian, keputusan masyarakat untuk menggunakan dompet digital tidak terlepas dari berbagai pertimbangan. Beberapa faktor utama yang diyakini memengaruhi penggunaan dompet digital antara lain adalah kemudahan penggunaan, tingkat keamanan yang ditawarkan, strategi promosi yang dilakukan oleh penyedia layanan, serta tingkat kepercayaan pengguna terhadap platform tersebut. Kemudahan berkaitan dengan sejauh mana aplikasi dompet digital dapat digunakan dengan mudah oleh masyarakat. Keamanan menyangkut perlindungan terhadap data pribadi dan transaksi finansial pengguna. Promosi, seperti potongan harga atau cashback, menjadi salah satu strategi menarik minat pengguna. Sedangkan kepercayaan merupakan landasan utama yang membentuk loyalitas dan keberlanjutan penggunaan layanan.

Berdasarkan hal tersebut, penting untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kemudahan, keamanan, promosi, dan kepercayaan terhadap penggunaan dompet digital, khususnya di kalangan masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami perilaku konsumen terhadap teknologi keuangan, serta menjadi masukan bagi penyedia layanan dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif.

2. Rumusan masalah

- Apakah kemudahan dalam menggunakan dompet digital memengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakannya?
- Apakah tingkat keamanan yang ditawarkan oleh dompet digital memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakannya?
- Apakah promosi yang diberikan oleh penyedia dompet digital dapat menarik perhatian dan mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut?
- Seberapa besar kepercayaan masyarakat terhadap dompet digital memengaruhi penggunaan layanan ini?
- Apakah keempat faktor kemudahan, keamanan, promosi, dan kepercayaan secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan dompet digital?

3. Tujuan

- Mengetahui apakah kemudahan dalam menggunakan dompet digital benar-benar memengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakannya.
- Mengetahui sejauh mana tingkat keamanan berperan dalam membentuk minat masyarakat terhadap penggunaan dompet digital.
- Menilai apakah promosi yang dilakukan penyedia layanan efektif dalam mendorong penggunaan dompet digital.
- Menggali bagaimana kepercayaan masyarakat terhadap layanan dompet digital memengaruhi pilihan mereka.
- Menjelaskan pengaruh gabungan dari kemudahan, keamanan, promosi, dan kepercayaan terhadap penggunaan dompet digital secara keseluruhan.

4. Manfaat penelitian

a. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi penyedia layanan dompet digital dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami faktor-faktor seperti kemudahan, keamanan, promosi, dan kepercayaan, mereka bisa merancang layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna. Penelitian ini juga dapat membantu penyedia layanan dalam meningkatkan pengalaman pengguna agar semakin banyak orang yang tertarik untuk menggunakan dompet digital. Bagi para pengguna, hasil penelitian ini bisa memberikan gambaran tentang hal-hal yang membuat mereka merasa lebih nyaman dan aman saat menggunakan layanan ini.

b. Manfaat Teoritis

Dari sisi teori, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi di bidang perilaku konsumen, khususnya terkait dengan penggunaan teknologi keuangan seperti dompet digital. Penelitian ini juga dapat menjadi landasan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi orang untuk beralih ke penggunaan teknologi pembayaran digital. Dengan begitu, penelitian ini berperan dalam memperdalam pemahaman tentang pengaruh berbagai faktor eksternal, seperti kemudahan, keamanan, promosi, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan dompet digital.

c. Manfaat sosial

Di sisi sosial, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana penggunaan dompet digital mulai mengubah cara orang bertransaksi. Penelitian ini juga bisa memberi pemahaman kepada penyedia layanan tentang pentingnya membangun kepercayaan dan menjaga keamanan untuk menciptakan hubungan yang baik dan langgeng dengan pengguna. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk merancang kebijakan yang mendorong masyarakat untuk lebih terbuka dengan sistem pembayaran digital yang lebih aman dan efisien.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Dompot Digital

Dompot digital, atau e-wallet, adalah aplikasi, perangkat, dan layanan elektronik yang memungkinkan pengguna menyimpan alat pembayaran atau mata uang digital. Dengan dompot digital, transaksi non-tunai dan pembayaran daring dapat dilakukan tanpa perlu membawa uang fisik. Selain menyimpan dana, e-wallet juga memfasilitasi berbagai pembayaran seperti belanja, pembelian tiket, dan pembayaran tagihan (Riadi, 2022).

E-wallet adalah layanan elektronik yang memungkinkan penyimpanan data alat pembayaran dan sejumlah dana untuk transaksi daring. Dikenal juga sebagai dompot digital, *e-wallet* merupakan aplikasi elektronik pada *smartphone* yang memfasilitasi pembayaran *online* tanpa kartu maupun uang tunai. Sebagai bagian dari *Fintech* (Teknologi Keuangan), *e-wallet* memanfaatkan internet sebagai alternatif metode pembayaran, mempermudah transaksi antar pengguna, seperti transfer uang dan pembayaran barang/jasa dengan batasan dana tertentu dalam aplikasi.

Kelebihan dan kekurangan dompot digital (Dzikry, 2025):

Kelebihan

1. Transaksi Lebih Efisien: Dompot digital menawarkan kepraktisan dalam bertransaksi. Jika biasanya kartu ATM memerlukan kunjungan ke mesin ATM untuk transfer dan tindakan lainnya, dompot digital memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi tersebut hanya melalui *smartphone*.
2. Keamanan Penggunaan Terjamin: Salah satu keunggulan utama dompot digital adalah keamanannya. Berbagai platform dompot digital kini dilengkapi dengan fitur keamanan yang cukup canggih untuk melindungi penggunaannya.
3. Beragam Penawaran Menarik: Keunggulan lain dari dompot digital adalah banyaknya promo yang tersedia. Pengguna seringkali dapat menikmati berbagai keuntungan seperti bebas biaya transfer, diskon pembelian voucher, dan penawaran menarik lainnya. Hal ini menjadi daya tarik signifikan dan keuntungan tersendiri dalam menggunakan dompot digital.
4. Proses Transaksi yang Gesit: Dompot digital juga unggul dalam hal kecepatan proses transaksi. Baik itu untuk transfer dana, pengisian saldo game, maupun pembayaran di berbagai e-commerce, rata-rata platform dompot digital saat ini menawarkan kecepatan dan efisiensi dalam setiap transaksinya.
5. Fleksibilitas Transaksi Tanpa Batas: Keberadaan aplikasi dompot digital di *smartphone* memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun mereka berada.

Kekurangan

1. Adanya Potensi Biaya Transaksi: Meskipun pendaftaran dan peningkatan akun dompot digital umumnya gratis, pengguna perlu mempertimbangkan adanya biaya administrasi untuk beberapa jenis transaksi, seperti transfer dana. Kebijakan dan besaran biaya ini bervariasi antar platform, yang dapat menjadi pertimbangan tersendiri bagi pengguna.
2. Potensi Peningkatan Konsumsi: Kemudahan transaksi yang ditawarkan dompot digital secara tidak sadar dapat mendorong pengeluaran yang lebih impulsif. Tanpa pengelolaan keuangan yang disiplin, kemudahan akses dan pembayaran dapat berujung pada pola konsumsi yang lebih boros.

3. Risiko Gangguan Layanan: Ketergantungan pada sistem elektronik membuat dompet digital rentan terhadap gangguan layanan. Beberapa faktor seperti pemeliharaan sistem, masalah server, atau error teknis dapat menyebabkan временное ketidaktersediaan layanan. Hal ini tentu dapat menghambat pengguna, terutama ketika transaksi dibutuhkan dalam situasi mendesak.

2. Penggunaan Dompet Digital di Kalangan Masyarakat

Popularitas dompet digital meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Didorong oleh kemajuan teknologi, tuntutan transaksi yang lebih cepat, dan kesadaran akan efisiensi, penggunaan dompet digital meluas di berbagai lapisan masyarakat. Tren ini juga sangat terasa di Indonesia, di mana Bank Indonesia mencatat peningkatan adopsi dompet digital sebesar 40% dalam dua tahun terakhir. Popularitas ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemudahan penggunaan, jaminan keamanan, serta dukungan dari sektor industri dan pemerintah (Admin, 2024).

Faktor demografis memainkan peran signifikan dalam adopsi dompet digital. Usia menjadi salah satu penentu utama, di mana kelompok usia muda, yang umumnya lebih melek teknologi dan terbuka terhadap inovasi digital, cenderung lebih cepat mengadopsi dompet digital dibandingkan kelompok usia yang lebih tua. Tingkat pendidikan juga berkorelasi positif dengan adopsi dompet digital; individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih memahami manfaat dan risiko penggunaan teknologi keuangan, termasuk dompet digital. Selain itu, lokasi geografis juga berpengaruh. Masyarakat di wilayah perkotaan, dengan akses infrastruktur digital yang lebih baik dan penetrasi internet yang lebih tinggi, umumnya memiliki tingkat adopsi dompet digital yang lebih tinggi dibandingkan masyarakat di wilayah pedesaan.

Aspek sosial ekonomi juga turut memengaruhi adopsi dompet digital. Tingkat pendapatan merupakan faktor penting, di mana individu dengan pendapatan yang lebih tinggi mungkin lebih sering menggunakan dompet digital untuk berbagai transaksi daring dan luring. Status pekerjaan juga relevan, dengan kelompok pekerja profesional dan wiraswastawan yang lebih mungkin mengadopsi dompet digital karena tuntutan transaksi yang lebih kompleks dan kebutuhan akan efisiensi. Selain itu, faktor sosial seperti pengaruh teman sebaya dan norma sosial juga dapat memainkan peran. Jika lingkungan sosial seseorang banyak menggunakan dompet digital, kemungkinan individu tersebut untuk mengadopsinya juga akan meningkat.

Adopsi dompet digital di kalangan masyarakat dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara faktor demografis dan sosial ekonomi. Memahami faktor-faktor ini penting bagi penyedia layanan dompet digital dan pembuat kebijakan untuk merancang strategi yang tepat dalam meningkatkan penetrasi dan pemanfaatan dompet digital secara merata di berbagai segmen masyarakat. Dengan mempertimbangkan karakteristik demografis dan kondisi sosial ekonomi yang beragam, upaya untuk mendorong inklusi keuangan melalui dompet digital dapat menjadi lebih efektif dan tepat sasaran.

➤ Dimensi Perilaku Konsumen

1. Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction): Dimensi ini mencerminkan tingkat kebahagiaan atau kekecewaan konsumen terhadap produk atau layanan jasa yang mereka alami, khususnya dalam konteks penggunaan sistem pembayaran. Kepuasan ini sangat terkait dengan pengalaman pengguna selama proses transaksi dan interaksi dengan produk atau layanan tersebut.

2. Keputusan Konsumen (Consumer Decisions): Dimensi ini mencakup serangkaian pilihan yang dibuat konsumen terkait suatu produk atau layanan. Ini termasuk keputusan untuk mengadopsi atau menolak suatu produk atau layanan, keputusan spesifik terkait transaksi yang dilakukan, serta niat atau tindakan untuk merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain. Proses pengambilan keputusan ini akan mengarah pada tindakan nyata berupa pembelian atau penggunaan produk atau layanan yang dipilih.

3. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan, dalam konteks teknologi, didefinisikan sebagai derajat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem teknologi akan terbebas dari upaya yang signifikan. Dalam ranah dompet digital, konstruksi ini mencakup spektrum kemudahan yang dirasakan pengguna dalam berbagai aspek interaksi, mulai dari inisiasi aplikasi, navigasi antarmuka, hingga eksekusi transaksi (pembayaran, transfer, pengisian saldo). Dimensi operasional kemudahan penggunaan dapat dieksplorasi melalui indikator-indikator seperti intuitivitas antarmuka, kesederhanaan proses, kompleksitas sistem yang rendah, kecepatan kurva pembelajaran, dan persepsi kontrol pengguna terhadap sistem.

Model Penerimaan Teknologi (TAM) (Davis et al., 1989) mengemukakan bahwa *perceived ease of use* merupakan anteseden signifikan terhadap *perceived usefulness*, yang selanjutnya memengaruhi sikap terhadap penggunaan dan intensi perilaku untuk mengadopsi suatu teknologi. Dalam konteks ini, persepsi kemudahan dalam mengoperasikan dompet digital dihipotesiskan akan meningkatkan persepsi manfaatnya, yang pada gilirannya akan mempromosikan adopsi dan penggunaan aktual. Teori UTAUT (Venkatesh et al., 2003) juga mengidentifikasi *effort expectancy*, sebuah konstruk yang paralel dengan kemudahan penggunaan, sebagai determinan penting dalam penerimaan teknologi.

4. Keamanan

Keamanan yang dirasakan didefinisikan sebagai evaluasi subjektif pengguna terhadap tingkat perlindungan yang ditawarkan oleh suatu sistem transaksi digital terhadap potensi risiko finansial dan informasi. Dalam konteks dompet digital, konstruk ini melibatkan persepsi pengguna terkait kerahasiaan data transaksi, integritas sistem, ketersediaan layanan yang aman, serta efektivitas mekanisme otentikasi dan otorisasi. Aspek-aspek krusial meliputi enkripsi data, protokol keamanan transaksi, dan kebijakan privasi yang transparan.

Persepsi risiko keamanan, seperti potensi kebocoran data pribadi, penipuan finansial (*phishing*), dan akses tidak sah ke akun, merupakan penghalang psikologis signifikan terhadap adopsi dompet digital. Keyakinan pengguna terhadap kapabilitas keamanan penyedia layanan secara langsung memengaruhi kesediaan mereka untuk mengadopsi dan menggunakan platform tersebut.

Penelitian dalam konteks *e-commerce* dan layanan keuangan *online* secara konsisten menunjukkan bahwa keamanan yang dirasakan merupakan anteseden penting bagi pembentukan kepercayaan (*trust*) terhadap penyedia layanan. Kepercayaan ini kemudian menjadi mediator krusial dalam memengaruhi niat dan perilaku adopsi. Dalam konteks teknologi finansial, jaminan keamanan menjadi fondasi bagi kepercayaan pengguna terhadap integritas dan reliabilitas sistem.

5. Promosi

Promosi, dalam konteks pemasaran digital, merujuk pada serangkaian aktivitas komunikasi yang dirancang untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan target audiens mengenai keberadaan dan nilai suatu produk atau layanan (Kotler & Armstrong,

2016). Dalam ranah dompet digital, promosi dapat diklasifikasikan menjadi berbagai bentuk, termasuk iklan daring (melalui media sosial, mesin pencari), pemasaran konten, promosi penjualan (diskon, cashback, voucher), dan program referral.

Strategi promosi yang efektif berperan krusial dalam meningkatkan *brand awareness* dompet digital, menstimulasi minat calon pengguna melalui penawaran yang menarik, dan pada akhirnya mendorong adopsi dan penggunaan berkelanjutan. Komunikasi persuasif yang menyoroti keunggulan kompetitif dan manfaat fungsional dompet digital dapat secara signifikan memengaruhi perilaku konsumen.

6. Kepercayaan

Kepercayaan, dalam konteks transaksi daring, didefinisikan sebagai keyakinan pengguna terhadap reliabilitas, integritas, dan kompetensi pihak yang terlibat dalam pertukaran. Dalam konteks dompet digital, dimensi kepercayaan meliputi keyakinan terhadap kemampuan penyedia layanan dalam menjaga keamanan dana dan informasi pribadi, bertindak secara jujur dan transparan, serta menyediakan layanan yang andal.

Kepercayaan merupakan fondasi psikologis yang krusial dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan dompet digital. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi, mengurangi persepsi risiko, dan mempromosikan loyalitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan 173 responden kuesioner yang menjadi bahan dalam mengolah data. Berikut merupakan langkah-langkah penelitian:

1. Spesifikasi Model

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan perangkat lunak *LISREL* (Linear Structural Relations) untuk menganalisis pengaruh simultan dan langsung dari empat variabel independen, yaitu kemudahan (*perceived ease of use*), keamanan (*perceived security*), promosi, dan kepercayaan (*trust*), terhadap variabel dependen, yaitu penggunaan dompet digital. Model penelitian yang diuji merupakan model struktural dengan empat konstruk eksogen dan satu konstruk endogen. Data empiris dikumpulkan melalui instrumen kuesioner yang dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Hasil pengumpulan data kemudian dianalisis menggunakan *LISREL* untuk menghasilkan estimasi parameter model struktural dan visualisasi hubungan antar variabel dalam bentuk diagram jalur (*path diagram*).

2. Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan empat variabel independen (eksogen), yaitu:

- Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)
- Keamanan (*Perceived Security*)
- Promosi
- Kepercayaan (*Trust*) Serta satu variabel dependen (endogen), yaitu:
- Penggunaan Dompet Digital

3. Pengumpulan Data & Pengukuran variabel

Data primer dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada kalangan masyarakat yang merupakan pengguna aktif dompet digital. Kuesioner dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap indikator-indikator dari masing-masing variabel laten menggunakan skala Likert. Proses distribusi kuesioner dilakukan secara daring menggunakan platform survei online.

PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN PENGUNAAN DOMPET DIGITAL DI KALANGAN MASYARAKAT

Pengukuran variabel

Setiap variabel laten diukur melalui beberapa variabel manifest (indikator) yang terdapat dalam kuesioner. Diantaranya:

- Kemudahan: diukur melalui pertanyaan mengenai kemudahan navigasi aplikasi, proses transaksi, dan pemahaman fitur.
- Keamanan: diukur melalui pertanyaan mengenai keyakinan terhadap perlindungan data pribadi, dana, dan keamanan transaksi.
- Promosi: diukur melalui pertanyaan mengenai daya tarik dan pengaruh berbagai bentuk promosi yang ditawarkan.
- Kepercayaan: diukur melalui pertanyaan mengenai keyakinan terhadap keandalan, integritas, dan kompetensi penyedia layanan.
- Penggunaan Dompot Digital: diukur melalui pertanyaan mengenai frekuensi transaksi, jenis transaksi yang dilakukan, dan intensitas penggunaan dalam periode waktu tertentu.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori untuk menganalisis pengaruh kemudahan (*perceived ease of use*), keamanan (*perceived security*), promosi, dan kepercayaan (*trust*) terhadap penggunaan dompet digital di kalangan masyarakat. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup dengan skala Likert, didistribusikan kepada responden pengguna dompet digital. Variabel-variabel yang diukur meliputi persepsi responden terhadap kemudahan, keamanan, promosi, kepercayaan, dan tingkat penggunaan dompet digital. Metode analisis ini dipilih untuk mengidentifikasi dan mengukur pengaruh langsung serta gabungan dari faktor-faktor kemudahan, keamanan, promosi, dan kepercayaan terhadap tingkat penggunaan dompet digital di kalangan masyarakat yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Goodness-of-Fit (model fit):

- Chi-Square = 202.99, df = 98, p-value = 0.00000 → model kurang fit (idealnya $p > 0.05$)
- RMSEA = 0.079 → cukup baik (nilai < 0.08 masih bisa diterima)

```
Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 98
Minimum Fit Function Chi-Square = 205.5678 (P = 0.00)
Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 202.9921 (P = 0.00)
Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 104.9921
90 Percent Confidence Interval for NCP = (67.9974 ; 149.7536)

Minimum Fit Function Value = 1.1952
Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.6104
90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.3953 ; 0.8707)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.07892
90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.06351 ; 0.09426)
P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.001544

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 1.6220
90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.4070 ; 1.8823)
ECVI for Saturated Model = 1.5814
ECVI for Independence Model = 9.6252

Chi-Square for Independence Model with 120 Degrees of Freedom = 1623.5356
Independence AIC = 1655.5356
Model AIC = 278.9921
Saturated AIC = 272.0000
Independence CAIC = 1721.9883
Model CAIC = 436.8172
Saturated CAIC = 836.8477

Normed Fit Index (NFI) = 0.8734
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.9124
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.7133
Comparative Fit Index (CFI) = 0.9285
Incremental Fit Index (IFI) = 0.9285
Relative Fit Index (RFI) = 0.8450

Critical N (CN) = 112.6834
```

Chi-Square Test of Model Fit

- Minimum Fit Function Chi-Square = 205.5678 (df = 98, P = 0.00)
Ini menunjukkan model tidak sepenuhnya cocok secara statistik (karena p-value < 0.05). Tapi ini sering terjadi jika ukuran sampel besar.
- Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 202.9921 (P = 0.00)
Hasil mirip yang menunjukkan hasil signifikan, tapi jangan terlalu bergantung pada ini saja.

RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)

- RMSEA = 0.07892
Ini menunjukkan *fit* model cukup baik, karena:
 - RMSEA < 0.05 = bagus
 - 0.05–0.08 = cukup baik ✓
 - 0.10 = buruk
- P-Value for Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.001544
Ini menunjukkan bahwa secara statistik, RMSEA tidak < 0.05 (p < 0.05).

ECVI (Expected Cross-Validation Index)

- Model ECVI = 1.6220
ECVI dipakai untuk membandingkan model; makin kecil makin baik. Bandingkan dengan:
 - Saturated model ECVI = 1.5814
 - Independence model ECVI = 9.6252Model Anda sedikit lebih buruk dari saturated model, tapi jauh lebih baik dari independence model → cukup baik.

AIC & CAIC

- Digunakan untuk membandingkan model:
 - Model AIC = 278.9921
 - Saturated AIC = 272.0000
 - Independence AIC = 1655.5356
- Nilai AIC model mendekati saturated model dan jauh lebih rendah dari independence model → cukup baik.

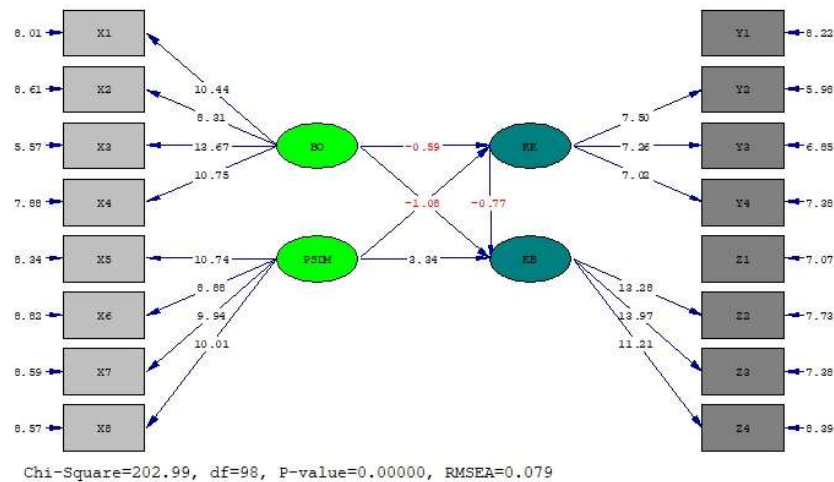
Goodness of Fit Indices

- NFI = 0.8734 ✓
 - NNFI = 0.9124 ✓
 - PNFI = 0.7133
 - CFI = 0.9285 ✓
 - IFI = 0.9295 ✓
 - RFI = 0.8450 ✓
- Nilai-nilai ini umumnya > 0.90 dianggap baik. Beberapa berada di atas 0.90, menunjukkan model cukup baik.

Critical N (CN) = 112.6834

- CN menunjukkan ukuran sampel minimal agar chi-square tidak signifikan.
- Jika sampel Anda lebih dari 113 → Model cukup stabil.

Hasil pengolahan data yang didapatkan melalui jawaban 173 responden pada kuesioner diantaranya sebagai berikut.



Tampak bahwa ini adalah hasil analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan pendekatan *path analysis*. Model tersebut menunjukkan hubungan antara beberapa variabel laten (yang berbentuk oval) dan variabel indikator (yang berbentuk persegi panjang). Berikut adalah uraian pengaruh-pengaruh yang tampak:

1. Pengaruh EO (Entrepreneur Orientation)

- **EO → RK (Resiliensi Karyawan): Koefisien jalur = -0.59**
 - Pengaruh **negatif**. Artinya, semakin tinggi orientasi kewirausahaan, maka tingkat resiliensi karyawan cenderung menurun dalam model ini.
- **EO → KB (Kinerja Bisnis): Koefisien jalur = -1.08**
 - Pengaruh negatif yang kuat. Ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dalam konteks ini berdampak negatif terhadap kinerja bisnis.

2. Pengaruh PSIM (Persepsi Sistem Manajemen)

- **PSIM → RK (Resiliensi Karyawan): Koefisien jalur = -0.77**
 - Pengaruh negatif, menandakan bahwa persepsi terhadap sistem manajemen yang lebih baik justru dikaitkan dengan tingkat resiliensi karyawan yang lebih rendah.
- **PSIM → KB (Kinerja Bisnis): Koefisien jalur = 3.34**
 - Pengaruh **positif** dan cukup besar. Artinya, semakin baik persepsi terhadap sistem manajemen, maka semakin tinggi pula kinerja bisnis.

3. Hubungan antara RK dan KB

- Tidak ada panah langsung dari RK ke KB, artinya model ini tidak menguji pengaruh RK terhadap KB secara langsung.

4. Hubungan antara BO → KK → KB

- **BO → KK (Kompetensi Karyawan)**
 - **Koefisien jalur = -0.59**

- Budaya organisasi berpengaruh negatif terhadap kompetensi karyawan. Semakin tinggi persepsi terhadap budaya organisasi (BO), justru kompetensi karyawan (KK) cenderung menurun. Ini bisa mengindikasikan bahwa budaya organisasi yang ada belum mendukung peningkatan kompetensi individu, atau mungkin budaya tersebut terlalu kaku atau tidak adaptif.
- **KK → KB (Kinerja Bisnis)**
 - Koefisien jalur = tidak terlihat langsung di grafik, tidak ada panah dari KK ke KB
 - Dalam model ini, kompetensi karyawan (KK) **tidak** diuji sebagai prediktor langsung terhadap kinerja bisnis (KB). Sehingga, **tidak ada pengaruh langsung** dari KK ke KB yang dimodelkan.
- **BO → KB (Kinerja Bisnis)**
 - **Koefisien jalur = -1.08**
 - Budaya organisasi berpengaruh negatif langsung terhadap kinerja bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa budaya organisasi yang diterapkan bisa saja kontraproduktif terhadap hasil bisnis (misalnya, terlalu birokratis, tidak fleksibel, atau kurang inovatif).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana faktor-faktor kemudahan penggunaan, keamanan, promosi, dan kepercayaan memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan dompet digital. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis regresi struktural melalui perangkat lunak LISREL, penelitian ini mengolah data dari 173 responden pengguna aktif dompet digital untuk menguji hubungan antar variabel tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, keempat variabel bebas (kemudahan, keamanan, promosi, dan kepercayaan) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, yaitu tingkat penggunaan dompet digital. Namun, secara khusus, kemudahan dan kepercayaan merupakan dua variabel yang memiliki pengaruh paling kuat dibandingkan dua variabel lainnya.

Kemudahan dalam menggunakan dompet digital menjadi faktor penting yang mendorong adopsi layanan ini, karena pengguna sangat memperhatikan aspek kepraktisan dalam navigasi aplikasi, kesederhanaan proses transaksi, serta efisiensi waktu. Semakin mudah sebuah aplikasi digunakan, maka semakin tinggi pula kecenderungan masyarakat untuk menggunakannya secara rutin. Dalam hal ini, model penerimaan teknologi (TAM dan UTAUT) yang menjadi dasar teoritis penelitian ini, terbukti relevan dalam menjelaskan hubungan antara persepsi kemudahan dan intensi penggunaan teknologi keuangan.

Kepercayaan muncul sebagai faktor kunci lain yang sangat menentukan dalam keputusan penggunaan. Kepercayaan terhadap penyedia layanan dompet digital meliputi persepsi akan integritas, transparansi, dan keamanan data serta dana pengguna. Tingkat kepercayaan yang tinggi dapat menurunkan persepsi risiko pengguna dan membentuk loyalitas yang kuat. Dalam ekosistem keuangan digital, kepercayaan bukan hanya mendorong adopsi awal, tetapi juga mempertahankan pengguna dalam jangka panjang.

Sementara itu, keamanan, meskipun secara teoritis penting, menunjukkan pengaruh yang lebih rendah secara langsung dalam model struktural yang diuji. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna sudah memiliki asumsi dasar bahwa dompet digital yang mereka gunakan cukup aman, atau keamanan sudah menjadi bagian inheren dari kepercayaan itu sendiri.

Oleh karena itu, keamanan tetap penting, tetapi tidak menjadi pembeda utama dalam keputusan penggunaan.

Promosi, seperti diskon, cashback, dan program loyalitas, terbukti efektif dalam menarik perhatian masyarakat, terutama pengguna baru. Namun, pengaruhnya lebih bersifat sementara atau jangka pendek, dan tidak cukup kuat untuk membangun keterikatan jangka panjang tanpa dukungan dari faktor lain seperti kepercayaan dan kemudahan.

Secara statistik, model struktural yang digunakan dalam penelitian menunjukkan hasil yang cukup baik. Beberapa indikator goodness-of-fit seperti RMSEA dan CFI menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kecocokan yang dapat diterima, meskipun nilai chi-square menunjukkan model belum ideal secara statistik. Hal ini lumrah terjadi dalam penelitian sosial dengan sampel besar, dan tidak menurunkan validitas temuan utama. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan layanan dompet digital dalam menarik dan mempertahankan pengguna sangat ditentukan oleh kemampuan mereka dalam menyediakan layanan yang mudah digunakan, menumbuhkan kepercayaan pengguna, serta menawarkan promosi yang menarik sebagai nilai tambah. Keamanan tetap menjadi prasyarat penting, tetapi kepercayaan dan pengalaman pengguna yang positif akan menjadi faktor penentu utama dalam mendorong pertumbuhan adopsi teknologi keuangan ini.

Dengan demikian, penyedia layanan dompet digital disarankan untuk terus meningkatkan aspek user experience (UX), membangun komunikasi yang transparan, serta menjaga sistem keamanan yang kuat guna memperkuat kepercayaan masyarakat. Di sisi lain, strategi promosi tetap perlu dijalankan secara kreatif dan terarah untuk menjangkau segmen pengguna baru tanpa mengabaikan loyalitas pengguna lama. Temuan ini juga dapat menjadi masukan berharga bagi pembuat kebijakan untuk mendorong inklusi keuangan digital secara lebih luas dan menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi revisi). Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Bianca, A., Katili, P. B., & Anggraeni, S. K. (n.d.). Pengaruh motivasi, pengembangan karir, dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dengan metode structural equation modelling. *Jurnal Teknik Industri*, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Sanusi, A., Kurnia, D., Hidayah, N., & Siringoringo, H. (2025). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL OVO UNTUK BERTRANSAKSI DI TOKOPEDIA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 30(1), 1-11.
- Mutmainah, K., & Maulidi, R. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Dompet Digital (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sains Al-Qur'an). *Jurnal Akuntansi Pajak dan Manajemen*, 8(1), 13-33.
- Putri, I. A. K. S., Prawitasari, P. P., Suryanata, I. G. N. P., & Kustina, K. T. (2025). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET DANA PADA GENERASI Z DI KOTA DENPASAR. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 695-710.