



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 6 Tahun 2024 Page 8083-8090

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Harga, Manfaat, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet

Lailani Fitria^{1✉}, Rispa Eliza², Syafwandi³, Zulkifli Z⁴

(1) Program Studi Akuntansi, STIE Buah Negeri

(2) Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

Email : sister.lanif@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian dilakukan untuk mencari tahu tentang harga, manfaat dan norma subyektif terhadap minat menggunakan e-wallet. Metode analisa data adalah kualitatif deskriptif yaitu mencari tahu topik, berita dan artikel terkait variabel diatas menggunakan referensi dari Google Scholar dan Mendeley. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh dari 470 responden yang didominasi oleh kota Pekanbaru. selanjutnya persepsi manfaat sebanyak 346 responden berlokasi masing-masing di Denpasar sebanyak 90 orang dan Sumatra Utara sebanyak 256 orang. Dan norma subyektif sebanyak 837 terdiri dari 210 responden menggunakan TAM, 427 responden menggunakan TAM UTAU sedangkan 200 orang responden di Bandung menggunakan TAM UTAUT2. Ini menunjukkan bahwa total seluruh responden sebanyak 1.653 orang dari berbagai kalangan dan menggunakan metode yang berbeda dapat memberikan info yang sekiranya dibutuhkan untuk penelitian sejenis.

Kata kunci : *harga, manfaat, norma subyektif, e-wallet*

Abstract

Research was conducted to find out about prices, benefits and subjective norms regarding interest in using e-wallets. The data analysis method is descriptive qualitative, namely finding out topics, news and articles related to the variables above using references from Google Scholar and Mendeley. The research results show that the price variable has an influence on 470 respondents who are dominated by the city of Pekanbaru. Furthermore, the perception of benefits was 346 respondents located each in Denpasar as many as 90 people and North Sumatra as many as 256 people. And the subjective norms were 837 consisting of 210 respondents using TAM, 427 respondents using TAM UTAU while 200 respondents in Bandung used TAM UTAUT2. This shows that a total of 1,653 respondents from various circles and using different methods can provide information that is needed for similar research.

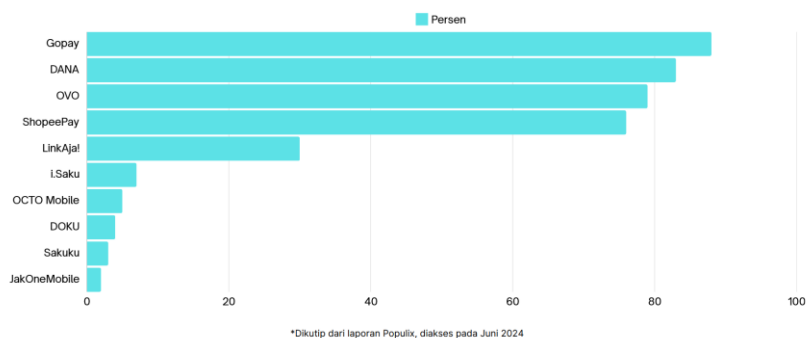
Keywords : *price, benefits, subjective norms, e-wallet*

PENDAHULUAN

Fenomena penggunaan transaksi non-tunai yang dalam beberapa tahun terakhir ini menjadi intens digunakan oleh banyak masyarakat dalam bertransaksi di e-commerce maupun di perbankan (Z & Eliza, 2018). Ini menunjukkan sebuah pergeseran kebiasaan yang sebelum covid-19 merupakan hal mustahil menjadi suatu hal yang biasa pasca pandemi khususnya dalam penggunaan e-wallet. (Yonatan, 2024). Kemajuan teknologi transaksi keuangan yang dalam ini adalah finansial technology mendorong terbukanya pengetahuan masyarakat ketika bertransaksi (Marsela et al., 2022)

Peneliti terdahulu beberapa diantaranya (Ispriandina & Sutisna, 2019) menyatakan bahwa e-wallet secara perlahan mendapatkan perhatian dan popularitasnya di kalangan masyarakat dengan beragam fitur yang ditawarkan oleh masing-masing produsen dalam memudahkan aktivitas pengguna. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lutpiana et al., 2023) para pengguna Shopeepay merupakan salah satu dampak dari kemajuan bertransaksi. Tidak hanya hanya itu, beberapa e-wallet diantaranya Gopay, Dana, LinkAja, Doku dan OVO menjadi hal yang banyak di jumpai ketika pengguna berbelanja atau berselancar di e-commerce. (Eliza et al., 2024)

10 Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia



Berdasarkan laporan dari populix tentang e-wallet terdapat beberapa e-wallet yang digunakan di Indonesia. Pengguna terbesar adalah Gopay dan Dana masing-masing 88% dan 83%, selanjutnya di posisi 79% dan 76% adalah OVO dan ShopeePay, sedangkan yang lainnya masih dibawah 10% berkisar dari 7%, 5%, dan 3% dari i.saku, OCTO Mobile, dan Sakuku kemudian pengguna terkecil 2% adalah JakOneMobile (Lintang, 2024). Sejalan dengan berita saat ini dari (Kompasiana, 2024) bahwa perkembangan produk menuju digitalisasi beberapa tahun terakhir menjadi kebutuhan utama masyarakat ketika berselancar di e-commerce. Hal tersebut dengan di dukung dengan berbagai macam promo untuk menarik minat masyarakat, dengan banyaknya pilihan promo dan jenis e-wallet yang tersedia maka memudahkan pengguna untuk membandingkan serta menganalisa informasi yang tersedia untuk digunakan sesuai dengan kebutuhan pada saat itu. Dengan adanya e-wallet juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap dampak eksistensi e-wallet karena telah banyak gerai yang menerapkan metode pembayaran non-tunai sehingga ini mempermudah mereka dalam melakukan transaksi.

Harga adalah nilai tukar mata uang terhadap sebuah produk atau jasa yang telah ditentukan oleh produsen berdasarkan kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat (Luh Putu Intan Elsyia et al., 2023). Harga termasuk ke dalam faktor eksternal penyebab seseorang dapat berpindah produk (Hutauruk et al., 2021). Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga sebuah produk dapat mempengaruhi sedikit banyaknya terhadap minat seseorang dalam melakukan transaksi menggunakan e-wallet.

Persepsi manfaat merupakan faktor penentu seseorang dapat menerima suatu kondisi atau produk ketika digunakan yang dalam hal ini adalah penggunaan sebuah aplikasi untuk bertransaksi di e-commerce menggunakan e-wallet (Sukmawati & Kowanda, 2022). Menurut (Altara & Triyanto, 2023) manfaat merupakan sejauh mana suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi kinerja sehingga dapat meningkatkan produktivitas

individu pada saat menggunakan e-wallet. Dapat disimpulkan bahwa manfaat merupakan dampak yang diberikan terhadap penggunaan e-wallet ketika melakukan transaksi.

Norma subyektif merupakan sikap seseorang yang bertindak berdasarkan preferensi sekelompok atau individu terdekat seperti kerabat maupun keluarga sehingga menimbulkan sebuah pertimbangan moral, kebutuhan yang sama serta menjadi logis terhadap produk yang mereka tawarkan (Sinaga, 2019). Sedangkan menurut (Hutami & Septyarini, 2018) menyatakan bahwa norma subyektif merupakan persepsi seseorang tentang lingkungan sosial tempat dia berada sehingga sedikit banyak dapat mempengaruhinya.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 Pasal 1 angka 7 tentang electronic wallet atau dompet elektronik merupakan layanan keuangan berbentuk elektronik yang di simpan ke dalam sebuah server milik sebuah layanan jasa penyedia sebagai wadah penyimpanan nilai tukar mata uang atau pada saat pengguna melakukan pembayaran non-tunai pada gerai tertentu (Hakim et al., 2022). Sedangkan menurut (Fitria et al., 2024) E-wallet atau dompet elektronik merupakan sebuah layanan digital untuk menyimpan nilai tukar mata uang rupiah yang awalnya berbentuk fisik menjadi digital. Sehingga dapat disimpulkan bahwa e-wallet adalah transaksi keuangan yang dilakukan seseorang pada saat melakukan pembelian dalam bentuk non-tunai yang dalam hal ini adalah e-wallet. (Upadhayaya, 2012)

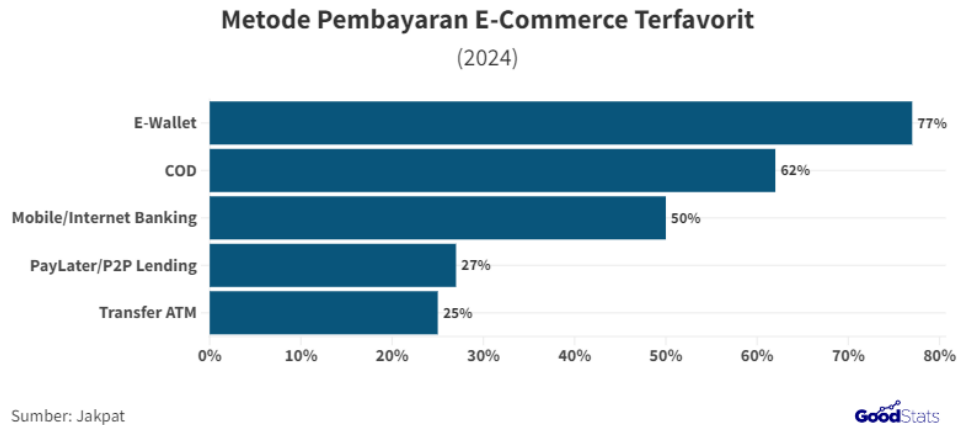
METODE PENELITIAN

Bentuk metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif mengenai objek penelitian dari variabel harga, manfaat dan norma subyektif terhadap minat menggunakan e-wallet. Kualitatif deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang dibuat berdasarkan referensi dari beberapa buku hardcopy maupun softcopy melalui library research dengan alat bantu mendeley dan google scholar untuk mendapatkan informasi mengenai variabel yang sesuai dari objek penelitian pengguna e-wallet. Menggunakan software kepustakaan yaitu Mendeley dan Google Scholar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut (Yonatan, 2024) e-wallet merupakan metode pembayaran favorit yang dilakukan dalam bertransaksi di e-commerce seperti terlihat pada gambar dibawah ini. Dari grafik tersebut diketahui bahwa e-wallet menduduki peringkat pertama dengan nilai 77% lalu disusul COD sebesar 62% sedangkan Mobile/Internet Banking turun menjadi 50%, di posisi terakhir sebesar 27% dan 25% di miliki oleh transaksi menggunakan

PayLater/P2P Lending dan Transfer ATM.



Harga yang dalam ini Cashback promotion menurut (Nofirda & Ikram, 2023) yang dilakukan pada pengguna DANA di Pekanbaru sebanyak 180 responden menggunakan SPSS menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif. Senada dengan penelitian yang dilakukan pada pengguna Gopay menggunakan SmartPLS sebanyak 75 responden oleh (Hutauruk et al., 2021). Selanjutnya konsumen pengguna e-wallet dan juga QRIS berlokasi di Pekanbaru (Rahadi et al., 2023). Penggunaan e-wallet selanjutnya berlokasi di Pontianak sebanyak 215 responden juga mengatakan hal yang sama terkait hal diatas. (Aulia et al., 2023)

Variabel manfaat oleh (Putri & Adi, 2022) dengan jumlah responden dari Denpasar sebanyak 90 orang menyatakan bahwa manfaat memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan e-wallet dengan olah data menggunakan SmartPLS. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hakim et al., 2022) berlokasi di Sumatera Utara sebanyak 256 responden dengan lama penelitian selama 11 bulan. Selanjutnya (Ningrum, 2022) juga mengatakan bahwa e-wallet merupakan suatu pertimbangan ketika konsumen melakukan transaksi secara berulang untuk berbelanja di e-commerce.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hutami & Septyarini, 2018) terhadap milenial dengan jumlah responden sebanyak 210 orang menggunakan metode TAM menyatakan bahwa norma subyektif berpengaruh positif terhadap intensi mereka dalam bertransaksi menggunakan e-wallet. Hal ini dibuktikan oleh (Diva et al., 2020) sebanyak 427 responden yang tersebar di seluruh Indonesia pengguna e-wallet menggunakan PLS-SEM (TAM & UTAU) menunjukkan beberapa variabel diantaranya Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness), Facility Condition), Trust, Sosial Influence dan Lifestyle Compatibility) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen menggunakan e-wallet. Responden sebanyak 200 orang di Bandung dengan olah data menggunakan SPSS (UTAUT2) juga menunjukkan hal

sama terkait hal ini (Ispriandina & Sutisna, 2019)

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh dari 470 responden yang didominasi oleh kota Pekanbaru. selanjutnya persepsi manfaat sebanyak 346 responden berlokasi masing-masing di Denpasar sebanyak 90 orang dan Sumatra Utara sebanyak 256 orang. Dan norma subyektif sebanyak 837 terdiri dari 210 responden menggunakan TAM, 427 responden menggunakan TAM UTAU sedangkan 200 orang responden di Bandung menggunakan TAM UTAUT2. Ini menunjukkan bahwa total seluruh responden sebanyak 1.653 orang dari berbagai kalangan dan menggunakan metode yang berbeda dapat memberikan info yang sekiranya dibutuhkan untuk penelitian sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Altara, K. P., & Triyanto, E. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-WALLET (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(8), 3205–3220. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-bulgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). *Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif*. 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/DOI> : <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601> Pengaruh
- Diva, N., Rembulan, R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111–126.
- Eliza, R., Z, Z., Elfiswandi, Fitria, L., Lusiana, & Sari, S. (2024). Analysis of E-Wallet Growth As a Cashless Transaction In Indonesia : Literature Review. *Dinasti International Journal of Management Science*, 5(3), 500–505. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/dijms.v5i3>
- Fitria, L., Khotimah, K., Yani, A., Rafki, R., Oktarina, Y., & Nofriadi, N. (2024). Analysis of Ease of Use, Quality of Service and Promotion on Interest in Buying Using E-Wallet. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 5(2), 367–373.
- Hakim, S. H., Rahman, A., & Syafii, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penggunaan E-Wallet di Sumatera utara. *Owner*, 6(2), 1171–1183. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.566>
- Hutami, L. T. H., & Septyarini, E. (2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millennial Pada Tiga Startup “Unicorn” Indonesia Berdasarkan Modifikasi TAM. *Jurnal*

- Manajemen*, 8(2), 136–145. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v7i2.607>
- Hutauruk, S. M. L., Hadi, P., & Handayani, T. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Switching terhadap Penggunaan E-Wallet. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 339–348.
- Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1046–1055. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1462>
- Kompasiana. (2024). *Perkembangan E-Wallet di Indonesia - Kompasiana*.
- Lintang, I. (2024). *Data: 10 Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia*. <https://www.inilah.com/aplikasi-e-wallet-terpopuler-di-indonesia>
- Luh Putu Intan Elsyia, N., Dewa Nyoman Usadha, I., & Nyoman Suparta, I. (2023). Analisis Efek Segi Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Layanan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(4), 1–16. <https://jurnal.penerbitwidina.com/index.php/KONTAN/index>
- Lutpiana, T. S., Sapta Putra, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence Of Sales Promotion, Service Quality, And Price Perception On The Interest In Using Shopeepay E-Wallet Among Management Students At The National University. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8961–8969. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Marsela, A. D., Nathanael, J., & Marchelyta, N. (2022). Penggunaan E-Wallet sebagai Kemajuan Teknologi Digital dalam Menentukan Preferensi Masyarakat di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial*, 1, 784–790.
- Ningrum, W. S. (2022). Perilaku Berbelanja Online Menggunakan E- Wallet Saat Pandemi Sampai Sekarang. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 148–153. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14263>
- Nofirda, F. A., & Ikram, M. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Digital Wallet pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekobistek*, 12(1), 500–505. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i1.525>
- Putri, K. M. A., & Adi, I. N. R. (2022). Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Perilaku Konsumen, dan Minat Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 19(1), 1–21. <https://doi.org/10.38043/jmb.v19i1.4598>
- Rahadi, J., Agrecia, A., Valecia, V. G., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31088–31093.
- Sinaga, R. V. (2019). *Analisis Sikap dan Norma Subyektif terhadap Perilaku Konsumen untuk*

Membeli Sepeda Motor Honda Absolute Revo (Studi Kasus: Masyarakat Kelurahan Bantan, Kecamatan Medan Tembung-Medan). 137–152.
https://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi/article/view/426

Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 62–68. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.481>

Upadhayaya, A. (2012). Electronic Commerce and E-wallet. *International Journal of Recent Research and Review*, 1(March), 37–41.

Yonatan, A. (2024). *E-Wallet Jadi Metode Pembayaran E-Commerce Pilihan Indonesia - GoodStats*. Goodstat.id.

Z, Z., & Eliza, R. (2018). Determinan Net Interest Margin Perbankan Nasional: Aplikasi Model Regresi Data Panel Fixed Effect. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 640. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i3.012>