

KAJIAN LITERATUR TENTANG FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG PENGGUNAAN E-WALLET DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE

Eggi Zulfahri Adibtia¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Kampar, Indonesia

Email Korespondensi: 12320813691@students.uin-suska.ac.id

ABSTRACT

This research identifies factors that influence the decision to use e-wallets, with a focus on financial literacy, benefits, convenience, trust, security, social influence and brand image. A literature review was used to evaluate various studies related to e-wallet use. The research results show that financial literacy, benefits, convenience, trust, security, social influence and brand image have a significant influence on the decision to use e-wallet. However, consumer behavior does not have a significant effect. This research recommends that the development of e-wallet services be focused on product quality and promotional strategies that are more appropriate to the market segment.

Keywords: Factor, E-wallet, E-Commerce

ABSTRAK

Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan e-wallet, dengan fokus pada literasi keuangan, manfaat, kemudahan, kepercayaan, keamanan, pengaruh sosial, dan citra merek. Kajian literatur digunakan untuk mengevaluasi berbagai penelitian terkait penggunaan e-wallet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, manfaat, kemudahan, kepercayaan, keamanan, pengaruh sosial, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet. Namun, perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini merekomendasikan agar pengembangan layanan e-wallet difokuskan pada kualitas produk dan strategi promosi yang lebih sesuai dengan segmen pasar.

Kata Kunci : *Faktor, E-wallet, E-Commerce*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak besar terhadap cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Dalam beberapa tahun terakhir, e-wallet atau dompet digital telah menjadi alat utama bagi masyarakat untuk melakukan transaksi melalui platform e-commerce. Inovasi ini terus berkembang, terutama setelah pandemi COVID-19 yang dimulai pada tahun 2019. Pandemi tersebut mendorong banyak orang untuk beralih dari transaksi konvensional ke transaksi berbasis online, sehingga teknologi digital semakin menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari (Purba, Clawdya Zebua, & Manurung, 2023)

E-wallet, atau yang dikenal sebagai dompet digital, adalah alat pembayaran elektronik yang menggunakan platform berbasis server sebagai medianya. Biasanya, e-wallet hadir dalam bentuk aplikasi yang terkoneksi langsung dengan penerbitnya. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI/18/2016), setiap pihak yang ingin menjadi Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran diwajibkan untuk terlebih dahulu mendapatkan izin dari Bank Indonesia. Layanan ini berfungsi untuk menyimpan data terkait instrumen pembayaran, seperti kartu pembayaran dan/atau uang elektronik, serta dapat digunakan untuk menyimpan dana yang diperlukan dalam melakukan transaksi. Saat ini, berbagai perusahaan telah menghadirkan inovasi dompet digital

yang hanya memerlukan smartphone dan koneksi internet untuk penggunaannya.(Sukmawati & Kowanda, 2022)

E-wallet memberikan beragam manfaat yang menarik bagi konsumen, seperti kemudahan akses, kecepatan proses, dan tingkat keamanan yang lebih baik dalam bertransaksi secara online. Meski penggunaannya terus meningkat secara signifikan, masih ada sebagian besar konsumen yang belum sepenuhnya memanfaatkan atau mengadopsi teknologi ini. Kondisi ini memunculkan pertanyaan penting terkait faktor-faktor yang berperan dalam mendorong atau menghambat adopsi serta penerimaan e-wallet, khususnya dalam konteks perdagangan elektronik. (e-commerce)(Nur & Ramadhan, 2024)

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam literatur yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi dan mendorong penggunaan e-wallet dalam transaksi e-commerce. Dengan menganalisis berbagai aspek yang memengaruhi adopsi dan penggunaan e-wallet secara komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi berbagai pemangku kepentingan. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku industri untuk mengembangkan inovasi, oleh pembuat kebijakan untuk merancang regulasi yang mendukung, serta oleh akademisi untuk memperkaya penelitian di bidang ini. Tujuan akhirnya adalah untuk membantu meningkatkan tingkat adopsi dan pemanfaatan e-wallet di masyarakat secara lebih luas dan efektif.

Melalui kajian literatur yang komprehensif, penelitian ini akan menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan e-wallet, mencakup aspek teknis, sosial, ekonomi, serta psikologis. Selain itu, studi ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang perlu diatasi dan peluang yang dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan e-wallet sebagai metode pembayaran yang aman, efisien, dan andal di tengah ekosistem e-commerce yang terus berkembang pesat dan dinamis.

Seiring dengan meningkatnya peran teknologi dalam kehidupan sehari-hari, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong adopsi e-wallet menjadi semakin penting. Melalui hasil kajian literatur ini, diharapkan dapat tercipta landasan yang kokoh untuk penelitian lebih lanjut sekaligus memberikan panduan bagi pengembangan strategi yang efektif dalam mendorong peningkatan penggunaan e-wallet dalam ekosistem e-commerce.

LITERATUR REVIEW

Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Dalam bidang teknologi informasi, Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1980 menjadi dasar pengembangan dari teori yang sangat berpengaruh, yaitu Technology Acceptance Model (TAM), yang dikenal dalam bahasa Indonesia sebagai Model Penerimaan Teknologi. Teori ini sering digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan penerimaan serta penggunaan sistem teknologi informasi oleh individu. TAM diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986 (Davis, 1987)

Salah satu keunggulan dari Technology Acceptance Model (TAM) adalah Kesederhanaan yang tetap valid dan dapat diandalkan telah membuat TAM menjadi model yang banyak digunakan. Penelitian-penelitian menunjukkan bahwa kinerja TAM lebih unggul jika dibandingkan dengan model lain seperti Theory of Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planned Behavior (TPB). Dalam TAM, penerimaan pengguna terhadap sistem informasi ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu persepsi terhadap kegunaan (perceived usefulness) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan (perceived ease of use). (Rahmawati, 2019)

Asumsi dasar yang dapat memprediksi dan menjelaskan perilaku individu dalam menerima serta menggunakan teknologi yang terus berkembang telah dirumuskan dalam pengembangan Technology Acceptance Model (TAM). Tujuan dari model ini adalah untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi.(Rahmawati, 2019)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan teori yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003 untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan teknologi. Teori ini menawarkan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi, dengan fokus pada empat konstruk utama, yaitu ekspektasi kinerja (performance expectancy), ekspektasi usaha (effort expectancy), pengaruh sosial (social influence), dan kondisi pendukung (facilitating conditions). (Marikyan & Savvas Papagiannidis, 2020). Konstruk Utama dalam UTAUT:

- a. Performance Expectancy adalah sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka. Konstruk ini berkaitan dengan manfaat yang diharapkan dari penerapan teknologi dalam aktivitas atau tugas yang dilakukan.
- b. Effort Expectancy adalah sejauh mana individu merasa bahwa penggunaan teknologi tidak memerlukan usaha yang besar. Konstruk ini berkaitan dengan kemudahan penggunaan teknologi, di mana individu lebih cenderung menerima teknologi yang dirasakan mudah untuk dipelajari dan digunakan tanpa memerlukan banyak usaha atau keterampilan khusus.
- c. Social Influence merujuk pada pengaruh aspek sosial yang memengaruhi perilaku individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi. Konstruk ini berkaitan dengan norma sosial dan bagaimana persepsi serta sikap orang lain, seperti teman, keluarga, atau rekan kerja, terhadap teknologi dapat memengaruhi keputusan individu untuk menggunakannya.
- d. Facilitating Conditions merujuk pada faktor-faktor lingkungan yang mendukung penggunaan teknologi, seperti ketersediaan infrastruktur yang memadai, sumber daya yang diperlukan, serta dukungan organisasi. Faktor ini mencakup elemen-elemen eksternal yang memudahkan individu untuk mengakses, mengoperasikan, dan memanfaatkan teknologi dengan efisien. (Marikyan & Savvas Papagiannidis, 2020)

Diffusion of Innovation Theory

Teori Difusi Inovasi (Diffusion of Innovation Theory) di Indonesia telah menjadi topik penelitian yang penting, terutama dalam konteks adopsi teknologi dan inovasi di berbagai sektor. Teori ini, yang dikembangkan oleh E.M. Rogers, menjelaskan proses penyebaran inovasi di kalangan populasi, serta bagaimana individu atau organisasi mengadopsi inovasi tersebut. Rogers mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kecepatan dan cara adopsi inovasi, termasuk karakteristik inovasi, saluran komunikasi, serta sifat sosial dan budaya masyarakat yang terlibat. (Turner & West, 2008)

Pada masa awal pengembangannya, sikap dan perilaku masyarakat sangat dipengaruhi oleh peran penting tokoh-tokoh masyarakat, sesuai dengan yang dijelaskan dalam Teori Difusi Inovasi. Media massa dianggap memiliki kekuatan besar dalam menyebarkan inovasi baru, terutama jika mendapat dukungan dari para pemimpin opini. Meski begitu, penyebaran inovasi juga dapat langsung menjangkau masyarakat tanpa melalui pengaruh tokoh Masyarakat. Rogers dan Shoemaker (1971) mendefinisikan difusi sebagai proses di mana anggota suatu sistem sosial menerima dan mengadopsi penemuan atau inovasi yang disebarkan. (Mailin, Rambe, Ar-Ridho, & Candra, 2022)

Menurut Rogers (1995), terdapat empat teori utama yang berkaitan dengan difusi inovasi, yaitu: teori atribut yang dirasakan, teori tingkat adopsi, teori inovasi individu, dan teori proses keputusan inovasi.

METODE

Metode penelitian yang diterapkan adalah studi literatur atau tinjauan pustaka. Pendekatan ini digunakan untuk menghimpun berbagai sumber data yang relevan dengan topik tertentu. Studi literatur bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pokok-pokok

pembahasan berdasarkan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber terpercaya. (Syofian & Gazali, 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

No	Nama Peneliti	Metode	Kesimpulan
1	Sukma Hayati Hakim, Arif Rahman, dan M. Syafii	Kuantitatif dan Kualitatif	Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hakim, Rahman, & Syafii, 2023), e-wallet menghadirkan konsep baru yang dianggap sebagai solusi dalam meningkatkan produktivitas selama pandemi Covid-19. Para responden mengungkapkan bahwa penggunaan e-wallet sangat membantu dalam mendukung produktivitas dan kinerja harian, meningkatkan efektivitas, serta menghemat waktu. Oleh karena itu, mereka cenderung memilih untuk terus menggunakan e-wallet di masa mendatang.
2	Desvronita	<i>Purposive Sampling</i>	Menurut (Desvronita, 2021) minat untuk menggunakan (behavioral intention) sistem pembayaran e-wallet dipengaruhi secara positif oleh sikap pengguna (attitude toward using) yang dirasakan. Sikap pengguna tersebut, pada gilirannya, dipengaruhi secara positif oleh kepercayaan (trust) dalam sistem pembayaran e-wallet. Kepercayaan ini, sebagaimana dijelaskan, dipengaruhi secara positif oleh persepsi kegunaan yang dirasakan (perceived usefulness). Di sisi lain, persepsi kemudahan (perceived ease of use) memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, tetapi tidak berpengaruh terhadap kepercayaan dalam sistem pembayaran e-wallet.
3	Andhika Octa Indarso, Raffael, Adhira Thaskia Salsabilla.	Kajian Literatur	Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna e-wallet dipengaruhi oleh kemudahan akses, promosi, kepercayaan, dan manfaat yang dirasakan. Selain itu, perbedaan kebutuhan antara generasi Z dan milenial menunjukkan pentingnya

4	Clariza Lutfattul 'Aini NIM	Kuantitatif Kualitatif	dan	pengembangan strategi layanan yang disesuaikan dengan masing-masing kelompok pengguna.(Indarso, Raffael, & Salsabilla, 2024) Menunjukkan bahwa promosi dan peningkatan kualitas produk menjadi kunci utama dalam menarik pengguna.('Ain, 2022)
5	Mega Mochammad Anshori	Diva, Isa	Kajian Literatur	Faktor penggunaan E-wallet seperti kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan terhadap layanan, pengetahuan konsumen, dan efektivitas promosi telah diidentifikasi sebagai pendorong utama dalam adopsi e-wallet..(Diva & Anshori, 2024)
6	Hasna Ridha Novia Putri, Yennisa	Kuantitatif		Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan, Keputusan untuk menggunakan e-wallet dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan persepsi keamanan.(Yennisa & Putri, 2023)
7	Shafira Azzahra, Agus Supriyadi	Kuantitatif		Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa kepercayaan, keamanan, kemudahan, pengaruh sosial, dan citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan E-Wallet DANA, sementara perilaku konsumtif tidak signifikan. Kepercayaan dan keamanan terbangun melalui perlindungan data dan fitur PIN, kemudahan ditawarkan melalui aplikasi yang ramah pengguna, serta pengaruh sosial dan citra merek diperkuat oleh aktivitas media sosial yang informatif. Secara simultan, faktor-faktor tersebut mendorong peningkatan keputusan penggunaan dan jumlah pengguna DANA.(Azzahra & Supriyadi, 2022)

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa e-wallet digunakan sebagai solusi inovatif untuk meningkatkan produktivitas selama pandemi Covid-19. Responden menyatakan bahwa penggunaan e-wallet mendukung efektivitas waktu dan efisiensi kerja, yang mendorong mereka untuk terus memanfaatkannya di masa depan.(Hakim et al., 2023)

Persepsi kemudahan penggunaan diketahui memberikan pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, meskipun tidak secara langsung memengaruhi tingkat kepercayaan pada

sistem pembayaran. Sebaliknya, persepsi kegunaan secara signifikan meningkatkan kepercayaan, yang kemudian memengaruhi sikap dan minat untuk menggunakan e-wallet.(Desvronita, 2021). Kepuasan pengguna ditemukan bergantung pada kemudahan akses, promosi, kepercayaan, dan manfaat yang dirasakan. Penyesuaian strategi layanan berdasarkan segmentasi generasi, seperti generasi Z dan milenial, dianggap penting untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Selain itu, promosi yang efektif serta peningkatan kualitas produk diidentifikasi sebagai faktor utama dalam menarik perhatian pengguna baru.(Ain, 2022) Literasi keuangan juga terbukti memainkan peran krusial dalam mendukung penggunaan e-wallet, karena pengetahuan finansial yang baik memungkinkan pengguna mengelola transaksi dengan lebih praktis dan efisien.(Yennisa & Putri, 2023)

Kepercayaan, keamanan, kemudahan, pengaruh sosial, dan citra merek ditemukan sebagai faktor signifikan yang memengaruhi keputusan penggunaan e-wallet, termasuk aplikasi seperti DANA. Kepercayaan pengguna dibangun melalui perlindungan data yang optimal dan fitur keamanan seperti PIN, sedangkan kemudahan dalam penggunaan aplikasi serta aktivitas media sosial yang informatif memperkuat keputusan pengguna. Namun, perilaku konsumtif tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan ini, yang menunjukkan bahwa aspek fungsionalitas layanan lebih menjadi perhatian utama pengguna dibandingkan dengan promosi (Azzahra & Supriyadi, 2022)

Dengan demikian, pengembangan strategi berbasis teknologi, promosi yang efektif, dan segmentasi pasar yang terarah sangat diperlukan untuk meningkatkan adopsi e-wallet di berbagai lapisan masyarakat.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa e-wallet mendukung produktivitas dan efisiensi pengguna, terutama selama pandemi. Faktor literasi keuangan, manfaat, kemudahan, kepercayaan, keamanan, pengaruh sosial, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, sementara perilaku konsumtif tidak dominan. Strategi layanan berbasis segmentasi generasi, promosi efektif, dan peningkatan kualitas produk menjadi kunci mempertahankan kepuasan pengguna. Pengembangan e-wallet harus diarahkan pada peningkatan pengalaman pengguna untuk mendukung pertumbuhan adopsinya di masa depan

REFERENSI

- ‘Ain, C. L. (2022). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet PosPay di Kantor Pos Surabaya 60000*. Diambil dari http://repository.pnb.ac.id/id/eprint/4321%0Ahttp://repository.pnb.ac.id/4321/1/RAM_A_63411_1915713021_0002125703_0030076308_part.pdf
- Azzahra, S., & Supriyadi, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14.
- Davis, F. D. (1987). *User Acceptance of Information System: The Technology Acceptance Model (TAM)*.
- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akmenika*, 18(2), 1–8.
- Diva, M., & Anshori, M. I. (2024). Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(6), 1991–2002. Diambil dari <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple>
- Hakim, S. H., Rahman, A., & Syafii, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Wallet Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(3), 677–697. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v3i3.4205>

- Mailin, M., Rambe, G., Ar-Ridho, A., & Candra, C. (2022). Teori media/teori difusi inovasi. *Jurnal Guru Kita*, 6(2), 168.
- Marikyan, D., & Savvas Papagiannidis. (2020). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Consumer Behavior Models*, 181–192. https://doi.org/10.1007/978-3-030-10576-1_300692
- Nur, A., & Ramadhan, G. (2024). Analisis Penggunaan Mobile Wallet Untuk Transaksi E-Commerce Di Kalangan Milenial. *Jurnal Multidisiplin Saintek*, 4(11), 1–16.
- Purba, K. Y., Clawdya Zebua, N. I., & Manurung, Z. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan e-Wallet di Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(3), 677–697. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v3i3.4205>
- Rahmawati, R. N. (2019). Intention to Use e-Learning: Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM). *Owner*, 3(2), 260. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.151>
- Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 66–72. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.481>
- Syofian, M., & Gazali, N. (2021). Kajian literatur: Dampak covid-19 terhadap pendidikan jasmani. *Journal of Sport Education (JOPE)*, 3(2), 93–102.
- Turner, L. H., & West, R. (2008). Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi. *Jakarta: Salemba Humanika*.
- Yennisa, Y., & Putri, H. R. N. (2023). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Keputusan Penggunaan e-wallet dalam Transaksi Pembayaran (Studi di Pasar Tradisional Daerah Istimewa Yogyakarta). *UPY Business and Management Journal (UMBJ)*, 2(2), 30–39. <https://doi.org/10.31316/ubmj.v2i2.5075>