

ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI DOMPET DIGITAL PADA UMKM DI KOTA BANDUNG

Islamiaty Ruhlfiy Putri¹⁾✉, Candra Wijayangka²⁾✉

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom

Info Artikel

Diserahkan Juni 2020
Diterima September 2020
Diterbitkan September 2020

Kata Kunci:

UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology), Performance Expectation, Effort Expectation, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost, Behavioural Intention, E-Wallet

Abstrak

Revolusi industri 4.0 mempengaruhi kehidupan masa kini terutama penggunaan smart technology yang semakin mempermudah beragam aktivitas manusia khususnya dalam pembayaran menggunakan e-wallet. E-wallet tidak hanya berkembang di toko ternama namun sudah merambah ke (Usaha Mikro Kecil Menengah) UMKM di kota Bandung. Namun, masih terdapat beberapa kendala penerimaan akan teknologi yang baru ini dikarenakan berbagai faktor di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerimaan teknologi E-Wallet Go-pay dan OVO pada UMKM di Kota Bandung menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology model yang memiliki variabel performance expectation, effort expectation, social influence, perceived risk, perceived cost dan behavioural intention. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kausalitas dengan pendekatan kuantitatif, dan menggunakan teknik pengujian hipotesis yaitu uji T. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan total 100 responden. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS diperoleh performance expectation, effort expectation, social influence dan perceived cost berpengaruh signifikan terhadap behavioural intention sebesar 97,5%. Perceived risk diketahui tidak berpengaruh pada penelitian ini, hal ini bisa disebabkan oleh perbedaan jenis teknologi, nilai moneter dari teknologi yang pengguna gunakan dan juga reputasi komunitas.

© 2020 Indonesia

✉ Alamat Korespondensi:

Fakultas Komunikasi Bisnis, S1 Administrasi Bisnis
Telkom University
E-mail: islamiatyruhlfiy@gmail.com
wijayangka@telkomuniversity.ac.id

e-ISSN 2548-9909

1. Pendahuluan

Revolusi industri 4.0 telah mendorong Indonesia untuk berbenah dalam menanggapi dampak revolusi industri di lapisan masyarakat yang hampir seluruh bagian dari kehidupan berkaitan dengan *smart technology* (Hasanah, 2019). Tujuan dari teknologi ini untuk mempermudah manusia dalam melaksanakan berbagai aktivitas, sehingga penggunaan cara tradisional yang tidak efisien dapat diminimalisir (Latief, 2019). Salah satu teknologi yang berkembang terus menerus membuat alat komunikasi semakin canggih dan moderen yaitu *smartphone* (Abdi, 2019). *Smartphone* saat ini hadir sebagai alat transaksi pembayaran baru atau *mobile payment* (Miky, 2018). Di Indonesia ada lima jenis *mobile payment* yaitu *Point of Sale* (POS), *Closed-Loop Mobile Payment*, *Carrier Billing/Carrier Payments*, *Mobile Payment Apps* dan *Mobile Wallet/E-Wallet*.

Dua transaksi terbanyak pengguna *e-wallet* di Indonesia adalah Go-Pay dan OVO (CNN Indonesia, 2019). Dari penggunaan tiga dompet digital tersebut terdapat tiga jenis transaksi yang paling sering digunakan, yakni transaksi retail (28%), pemesanan transportasi online (27%), dan pemesanan makanan online (20%). Sisanya, untuk transaksi *e-commerce* (15%) dan pembayaran tagihan (7%) (Bisnis.com, 2019). Saat ini tidak hanya restoran besar yang menerima pembayaran secara non tunai. Tempat-tempat nongkrong ala *hipster* pun sudah mulai menyediakan layanan pembayaran dengan *e-wallet* (Ikhsanti, 2019). Namun penerapan ini masih mengalami berbagai kendala misalnya kurangnya pengetahuan penjual dalam menggunakan *smartphone* dan bingung menggunakan aplikasi tersebut (Reisha, 2019).

Sebuah teknologi dapat diterima dengan baik oleh penggunanya memerlukan sebuah pendekatan teknologi menggunakan teori dari *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al., (2003). Terdapat berbagai macam aspek meliputi letak geografis, budaya serta aspek lainnya dapat menghasilkan kesimpulan yang berbeda saat penggunaan dompet digital ini. Perbedaan lokasi atau negara tersebut menjadi hal yang menarik untuk melakukan penelitian tentang penerimaan teknologi dompet digital di

Indonesia. Hal ini mungkin akan memunculkan alasan lain selain alasan yang sudah pernah ditemukan oleh peneliti lain yang mungkin hanya dapat terjadi di Indonesia.

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Bandung dikenal sebagai kota yang kaya akan kuliner dan menjadi salah satu bagian dari pengembangan teknologi *e-wallet*. Potensi UMKM makanan dan minuman yang besar di kota ini mampu menciptakan produk berkualitas dan bernilai tinggi (Hendra, 2019). Bandung memiliki 300.000 UMKM yang menjadi sumber pertumbuhan ekonomi kota ini. Hanya melalui Quick Response Code (*QR code*) pembayaran sudah bisa dilakukan. Pemerintah Provinsi Jawa Barat ingin mendorong UMKM di Kota Bandung untuk *go digital* dengan menggunakan teknologi ini dan menerima pembayaran non-tunai sehingga dapat menumbuhkan bisnis (jabarprov.go.id, 2018). Penelitian ini akan menganalisis penggunaan teknologi dompet digital pada UMKM yang ada di Kota Bandung dengan kriteria usaha kecil dan mikro. Dalam penelitian ini menggunakan acuan pada penelitian yang dilakukan oleh Abrahão et al., pada tahun 2016. Adapun faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengaruh variabel *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, *perceived risk*, dan *perceived cost* terhadap variabel *behavioral intention*. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penerimaan Teknologi Dompet Digital Pada UMKM di Kota Bandung**”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah dipaparkan, yaitu:

1. Untuk mengetahui *performance expectation* pada *behavioral intention* bagi pengguna aplikasi Go-Pay dan OVO oleh UMKM di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui *efort expectation* pada *behavioral intention* bagi pengguna aplikasi Go-Pay dan OVO oleh UMKM di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui *social influence* pada *behavioral intention* bagi pengguna aplikasi Go-Pay dan OVO oleh UMKM di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui *perceived risk* pada *behavioral intention* bagi pengguna aplikasi Go-Pay dan OVO oleh UMKM di Kota Bandung.

5. Untuk mengetahui *perceived cost* pada *behavioral intention* bagi pengguna aplikasi Go-Pay dan OVO oleh UMKM di Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui seberapa besar *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, *perceived risk*, dan *perceived cost* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi Go-Pay dan OVO oleh UMKM di Kota Bandung.

2. Metode

Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah - langkah spesifik (tindakan, tahap, pendekatan langkah demi langkah dan lain – lain) yang harus diambil

dan dijalankan dalam urutan tertentu selama penelitian. Dalam mencapai tujuan penelitian untuk mengetahui penerimaan teknologi pada UMKM, maka diperlukan variabel-variabel yang secara rinci diungkapkan dalam variabel operasional, sehingga akan terungkap secara jelas indikator-indikator yang menjadi acuan dalam pembuatan kuesioner, yaitu *Performance Expectation*, *Effort Expectation*, *Social Influence*, *Perceived Risk*, dan *Perceived Cost* terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi Go-Pay dan OVO oleh UMKM di Kota Bandung.

Tabel 1. Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1	<i>Performance Expectation</i>	Tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan teknologi akan membantu untuk mendapatkan manfaat dalam pekerjaan.	Berguna	(Abrahão et al, 2016)
			Nyaman	
			Menghemat waktu	
			Cepat	
2	<i>Effort Expectation</i>	Tingkat dimana individu merasakan kemudahan ketika menggunakan teknologi	Mudah dipahami	(Abrahão et al, 2016)
			Mudah digunakan	
3	<i>Social Influence</i>	Tingkat dimana seseorang merasakan bahwa orang-orang sekitar percaya bahwa dia harus menggunakan system atau teknologi baru	Orang yang ada di lingkungan	(Abrahão et al, 2016)
			Orang penting yang ada di lingkungan	
			Perusahaan	
4	<i>Perceived Risk</i>	Tingkat kerugian yang dihadapi pengguna ketika menggunakan suatu teknologi	Kekhawatiran	(Abrahão et al, 2016)
			Keamanan	
5	<i>Perceived Cost</i>	Mengacu pada biaya awal, biaya berlangganan, biaya transaksi dan biaya komunikasi yang dipercaya oleh konsumen. Serta waktu dan usaha yang dikeluarkan oleh konsumen	Mahal	(Abrahão et al, 2016)
			Melakukan banyak usaha	
			Waktu	
6	<i>Behavioral Intention</i>	Tingkat dimana konsumen akan menggunakan teknologi dimasa yang akan datang	Akses	(Abrahão et al, 2016)
			Bermanfaat	

Sumber : Abrahão et al, 2016

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif.

Populasi dan Sampel

Menurut Indrawati (2015:164) populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, benda benda yang menarik peneliti untuk ditelaah. Populasi yang dipilih peneliti untuk ditelaah akan menjadi pembatas dari hasil

penelitian yang diperoleh. Dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan sumber data yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang digunakan peneliti untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM Bandung yang menggunakan aplikasi *E-Wallet* OVO dan Go-Pay.

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara jelas jumlahnya. Maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Bernoulli. Dalam penelitian ini

menggunakan tingkat ketelitian (α) 5%, tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai $Z = 1,96$. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10%. Sementara itu, probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak (salah) masing-masing adalah 0,5. Berdasarkan rumus di atas, didapat hasil sebagai berikut:

$$n \geq \frac{Z \cdot \frac{\alpha}{2} \cdot p \cdot q}{(e)^2}$$

$$n \geq \frac{[1,96]^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n \geq \frac{[3,8416] \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n \geq 96,04$$

Sumber: Rumus Bernouli

Keterangan:

- α = Tingkat ketelitian
- Z = Nilai standard distribusi normal
- p = Probabilitas ditolak
- q = Probabilitas diterima (1-p)
- e = Tingkat kesalahan

Berdasarkan hasil hitung sampel, maka diperoleh angka 96,04 untuk jumlah sampel minimum. Peneliti meentukan minimal sampel menjadi 100 responden.

3. Hasil dan Pembahasan

SEM PLS

Teknik analisis data dan pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis SEM-PLS. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang masing-masing pertanyaan disertai dengan lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih oleh responden. Dari jawaban responden, akan disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan berdasarkan persentase.

Penelitian ini juga menggunakan SEM berbasis varian dengan teknik statistik yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Analisis *partial least square* (PLS) dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan

reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kasualitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi) (Jogiyanto & Abdillah, 2015:164). Penelitian ini menggunakan PLS karena PLS dapat menguji model penelitian dengan dasar teori yang lemah dan tidak mensyaratkan data terdistribusi normal normal (Jogiyanto & Abdillah, 2015).

Untuk melakukan hipotesis pada PLS dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik dengan t-tabel serta memperhatikan nilai *p-value* dan nilai *coefficient* (Hair et al, 2017). *P-value* berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya signifikan pada suatu hipotesis, apabila *p-value* < 0,05 maka variabel tersebut berpengaruh signifikan sedangkan apabila *p-value* > 0,05 maka variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan (Hair et al, 2017). Selanjutnya nilai *path coefficient* berfungsi untuk mengetahui bahwa suatu variabel tersebut berpengaruh positif atau negatif (Hair et al, 2017).

Pengujian Model Struktural (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) menggambarkan hubungan antara indikator dengan variabel laten. Model ini digunakan untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas instrument. Dalam uji validitas terdiri dari dua jenis yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Uji validitas konvergen dinilai berdasarkan *loading factor* dan *Average Variance Extreced* (AVE). *Rule of thumb* dari *loading factor* harus mempunyai nilai diatas 0,7. Sedangkan *Rule of thumb* pada AVE adalah lebih besar dari 0,5 yang menunjukkan bahwa item suatu variabel memiliki *convergent validity*.

Uji reliabilitas dalam PLS terdapat dua metode, yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Cornbach's alpha* mengukur tentang batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *composite reliability* mengukur tentang nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk (Chinn dalam Jogiyanto (2015)). *Rule of thumb* dari *cornbach's alpha* adalah 0,7 dan *composite reliability* pada PLS agar dapat diterima adalah > 0,7 (Hair et al, 2017).

Tabel 2. Hasil *Convergent Validity*

Variabel	AVE	Nilai Kritis	Evaluasi Model
<i>Performance Expectation</i>	0,738	>0,5	Valid
<i>Effort Expectation</i>	0,679		Valid
<i>Social Influence</i>	0,611		Valid
<i>Perceived Risk</i>	0,598		Valid
<i>Perceived Cost</i>	0,705		Valid
<i>Behavioural Intention</i>	0,686		Valid

Sumber : Hasil Olah Data Penulis, 2020

Tabel 3. Hasil *Discriminant Validity (Cross Loading)*

Indikator	BI	EE	PC	PE	PR	SI
BI1	0,875	0,844	0,754	0,517	0,434	0,514
BI2	0,865	0,835	0,787	0,430	0,407	0,482
BI3	0,837	0,854	0,747	0,624	0,648	0,685
EE1	0,875	0,844	0,754	0,517	0,434	0,514
EE2	0,865	0,835	0,787	0,430	0,407	0,482
EE3	0,837	0,854	0,747	0,624	0,648	0,685
EE4	0,628	0,760	0,600	0,545	0,491	0,689
PC1	0,633	0,649	0,786	0,668	0,562	0,560
PC2	0,691	0,694	0,846	0,624	0,623	0,673
PC3	0,500	0,504	0,701	0,546	0,471	0,503
PC4	0,865	0,835	0,787	0,430	0,407	0,482
PE1	0,489	0,513	0,560	0,819	0,522	0,435
PE2	0,502	0,539	0,555	0,793	0,533	0,541
PE3	0,477	0,499	0,551	0,725	0,392	0,407
PE4	0,405	0,403	0,525	0,753	0,332	0,334
PR1	0,507	0,525	0,573	0,519	0,830	0,567
PR2	0,511	0,520	0,567	0,551	0,885	0,605
PR3	0,529	0,538	0,611	0,519	0,902	0,673
PR4	0,371	0,407	0,407	0,337	0,730	0,640
SI1	0,589	0,661	0,566	0,435	0,591	0,859
SI2	0,527	0,593	0,535	0,399	0,551	0,827
SI3	0,527	0,549	0,625	0,549	0,571	0,800
SI4	0,512	0,526	0,613	0,484	0,727	0,826

Sumber : Hasil Olah Data Penulis, 2020

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Nilai Kritis	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Evaluasi Model
<i>Performance Expectation</i>	0,856	>0,7	0,776	>0,6	Reliabel
<i>Effort Expectation</i>	0,877		0,843		Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,897		0,847		Reliabel
<i>Perceived Risk</i>	0,905		0,859		Reliabel
<i>Perceived Cost</i>	0,862		0,790		Reliabel
<i>Behavioural Intention</i>	0,894		0,822		Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data Penulis, 2020

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa ke enam variabel memiliki nilai AVE yang lebih besar dibandingkan dengan nilai kritis yaitu 0,5. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel telah memenuhi syarat *Convergent Validity*. Berdasarkan data pada Tabel 2, nilai *cross loading* pada setiap indikator memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan nilai pada konstruk lainnya. Maka dapat diartikan bahwa indikator yang digunakan pada penelitian ini telah valid.

Berdasarkan hasil data uji reliabilitas pada Tabel 4, nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel memiliki nilai lebih dari 0,7 dan 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa data memiliki reliabilitas yang tinggi. Dapat disimpulkan bahwa data yang diolah sudah valid dan reliabel, sehingga dapat melanjutkan pengolahan data ke tahap selanjutnya.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Model structural atau *inner model* bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun berdasarkan teori

(Jogiyanto & Abdillah, 2015:188). Untuk melakukan uji model struktural dimulai dengan mengukur *R-square* untuk konstruk dependen dan nilai koefisien path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural (Jogiyanto & Abdillah, 2015:197). Perubahan *R-square* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2014). Sedangkan nilai *path coefficient* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

Nilai R square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Semakin tinggi nilai R-square berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan (Indrawati, 2017). Nilai R-square pada variabel *behavioural intention* adalah 0,975. Nilai *R-square* pada *behavioural intention* memiliki arti bahwa *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, *perceived risk* dan *perceived cost* memiliki pengaruh sebesar 97,5% dan sisanya 2,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 5. Path Coefficient

<i>Variabel</i>	<i>Original Sampel (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P Value</i>
<i>Performance Expectation -> Behavioural Intention</i>	0,055	0,049	0,027	1,993	0,047
<i>Effort Expectation -> Behavioural Intention</i>	0,946	0,956	0,041	22,948	0,000
<i>Social Influence -> Behavioural Intention</i>	0,115	0,122	0,044	2,635	0,009
<i>Perceived Risk -> Behavioural Intention</i>	0,029	0,029	0,029	0,981	0,327
<i>Perceived Cost -> Behavioural Intention</i>	0,154	0,149	0,035	4,353	0,000

Sumber : Hasil Olah Data Penulis, 2020

Berdasarkan nilai t-statistic di tabel 5, maka hasil uji untuk masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

1. *Performance Expectation* terhadap *Behavioural Intention*. Nilai *t-statistic* sebesar 1,993 > nilai α sebesar 1,660. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya variabel

performance expectation berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*.

2. *Effort Expectation* terhadap *Behavioural Intention*. Nilai *t-statistic* sebesar 22,948 > nilai α sebesar 1,660. Dengan demikian H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya variabel *effort expectation* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioural intention*.

3. *Social Influence* terhadap *Behavioural Intention*. Nilai *t-statistic* sebesar 2,635 > nilai α sebesar 1,660. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*.
4. *Perceived Risk* terhadap *Behavioural Intention*. Nilai *t-statistic* sebesar 0,981 < nilai α sebesar 1,660. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya variabel *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*.
5. *Perceived Cost* terhadap *Behavioural Intention*. Nilai *t-statistic* sebesar 4,353 > nilai α sebesar 1,660. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel *perceived cost* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*.

Pembahasan Hasil Penelitian

Nilai *R-square* pada variabel *behavioural intention* adalah sebesar 0,975 yang artinya bahwa variabel *behavioural intention* sebesar 97,5% dan sisanya yaitu 2,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, *perceived cost* dan *perceived risk* dapat menjelaskan sebesar 97,5% sebagai faktor *behavioural intention*. Berdasarkan hasil analisis SEM yang telah dilakukan dapat dilihat dari hasil uji hipotesis/tabel *path coefficient* dari *perceived risk* yang dianalisis menggunakan metode PLS tidak mempengaruhi *behavioural intention* penggunaan *E-Wallet* OVO dan Go-Pay pada UMKM makanan dan minuman di Kota Bandung dengan nilai t_0 (*t-statistic*) sebesar 0,981 < nilai α sebesar 1,660 menurut hasil pengolahan menggunakan SmartPLS dengan prosedur *Bootstrapping*. Menurut penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *risk* adalah konstruk yang memiliki sifat multidimensi sehingga sulit untuk dilakukan pengukuran. Weber et al. (2002) mengatakan bahwa dukungan empirisnya menyatakan risiko dapat dipengaruhi oleh berbagai konteks perbedaan seperti negara, budaya dan domain yang spesifik. Maksud dari perbedaan domain spesifik ini adalah seperti perbedaan jenis teknologi, nilai moneter dari teknologi yang digunakan dan juga reputasi komunitas

yang memutuskan untuk menggunakan suatu teknologi.

4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 orang responden, didapatkan kesimpulan untuk menjawab tujuan masalah penelitian ini. Kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis menggunakan *software* SmartPLS nilai *t-statistic* sebesar 1,993 > nilai α sebesar 1,660. Dengan demikian *performance expectation* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*. Pelaku UMKM merasa yakin bahwa dengan menggunakan aplikasi Go-Pay dan OVO dapat lebih mudah dan cepat dalam melakukan transaksinya.
2. Berdasarkan analisis menggunakan *software* SmartPLS *effort expectation* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioural intention*. Pelaku UMKM merasa mudah dalam penggunaan aplikasi Go-Pay dan OVO untuk transaksi pembayaran dengan konsumen.
3. Berdasarkan analisis menggunakan *software* SmartPLS variabel *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*. Pelaku UMKM merasa bahwa dalam penggunaan aplikasi Go-pay dan OVO dipengaruhi oleh lingkungannya seperti keluarga, teman dan sales Go-Pay atau OVO.
4. Berdasarkan analisis menggunakan *software* SmartPLS variabel *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*. Pelaku UMKM merasa aman dan nyaman dengan transaksi pembayaran menggunakan Go-Pay dan OVO, hal ini mungkin disebabkan dengan penyimpanan data secara *online*.
5. Berdasarkan analisis menggunakan *software* SmartPLS variabel *perceived cost* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*. Pelaku UMKM merasa transaksi pembayaran menggunakan Go-Pay dan OVO memerlukan biaya lebih, mungkin dari segi pengecekan saldo dengan menggunakan perangkat yang mendukung (*smartphone*) dan kuota internet.
6. Berdasarkan analisis menggunakan *software* SmartPLS pada variabel *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*,

perceived risk dan *perceived cost* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*.

Saran Bagi Pembaca

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah penulis buat diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang mungkin akan berguna bagi peneliti selanjutnya. Penulis hanya meneliti seberapa besar *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, *perceived risk* dan *perceived cost* berpengaruh terhadap *behavioural intention* pada penggunaan OVO dan Go-Pay di Kota Bandung, maka saran untuk peneliti selanjutnya adalah:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel-variabel lain yang terkait dengan penerimaan teknologi.
2. Melakukan penelitian dengan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang lebih terbaru dengan menggunakan dimensi-dimensi baru yang dapat dijadikan acuan untuk kedepannya serta menambah ilmubagi peneliti selanjutnya.
3. Diharapkan meneliti objek penelitian lain pada bidang keuangan yang berbasis teknologi. Dengan begitu diharapkan bisa menjadi perbandingan dan acuan untuk kedepannya.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan *software* bantuan yang berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan SmartPLS, misalnya seperti Lisrel, AMOS dan *software* pengolahan data lainnya.

Saran Bagi Perusahaan

1. Dalam penggunaan *e-wallet* terdapat biaya lain untuk menggunakan aplikasi tersebut (Go-Pay dan OVO) disamping biaya untuk membayar produk atau jasa yang telah dibeli konsumen, yaitu penggunaan perangkat yang mendukung dan penyediaan layanan internet atau kuota. Oleh karena itu OVO dan Go-Pay sebaiknya memberikan bantuan berupa perangkat atau kuota yang membantu pelaku UMKM dalam menggunakan layanan atau jasa ini.
2. Menjaga hubungan dengan para pelaku UMKM yang masih bertahan menggunakan

e-wallet. Jangan sampai meninggalkan atau tidak menggunakan *e-wallet* OVO dan Go-Pay lagi. Meningkatkan hubungan antara pelaku UMKM yang sudah tidak aktif lagi menggunakan *e-wallet*. Dengan cara memberikan penyuluhan atau pengenalan produk, kemudian promo atau hadiah yang menguntungkan penjualan mereka, karena banyak UMKM cenderung enggan untuk menggunakan *e-wallet* ini dalam jangka lama mengingat banyak UMKM yang meninggalkan *e-wallet* karena merasa tidak banyak keuntungan yang didapatkan dengan menggunakan *e-wallet*.

3. Lebih mendengarkan kritik dan saran dari pengguna dari pelaku UMKM maupun pengguna personal agar lebih mudah mendapatkan ide – ide baru dalam pengembangan sistem aplikasi dari segi operasi ataupun fitur yang disediakan.

Daftar Pustaka

- Abdi, H. (2019, Agustus 21). Macam-Macam Alat Komunikasi Tradisional dan Modern, Begini Perkembangannya. Retrieved from <https://hot.liputan6.com/read/4043517/mac-am-macam-alat-komunikasitradisional-dan-modern-begini-perkembangannya>
- Abrahão, R. d., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). *Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. *Scientdirect*, 221-230.
- Bozan, P. &. (2016). *Social Influence on Health IT Adoption Patterns of the Elderly: An Institutional Theory Based Use Behavior Approach*. *Science Direct*, 517-523.
- CNN Indonesia. (2019, Agustus 14). Retrieved from Pengguna Aplikasi Dompot Digital di Indonesia Naik: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190813154902-185-420933/pengguna-aplikasi-dompot-digital-di-indonesia-naik>
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling metode analisis dengan partial least square (PLS)*. Semarang: Undip
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: SAGE Publications
- Hasanah, U. (2019, September 2019). *Bisnis Digital di Era Revolusi Industri 4.0 Hanya dengan Modal Jari*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/ulmonahasanah/bisnis-digital-di-era-revolusiindustri4-0-hanya-dengan-modal-jari-1rqeJ0siuOK>

- Hendra, Dimaz. (2019, Oktober 20). QR Code OVO Diperluas Hingga ke UMKM Bandung. Retrieved from SWA: <https://swa.co.id/swa/trends/qr-code-ovodiperluas-hingga-ke-ukm-bandung>
- Ikhsanti, Dyah. (2019, Januari 4). Retrieved from Mengapa E-wallet Menarik Banyak Peminat, Baik Perorangan Maupun Badan Usaha?: <https://www.aturduit.com/articles/potensi-e-wallet-masih-luas-di-indonesia/>
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis. Bandung: Refika Aditama.
- Jabarprov.go.id. (2018, September 21). Retrieved from Platform Digital Dukung Usaha Kecil Menengah di Bandung untuk Go Digital: <https://jabarprov.go.id/index.php/news/29993/2018/09/21/Platform-DigitalDukung-Usaha-Kecil-Menengah-di-Bandung-untuk-Go-Digital>
- Jaya, I. G., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan persamaan struktural dengan partial least square . (118-132).
- Jogiyanto, & Abdillah. (2015). Partial Least Square (PLS) alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Latief, D. M. (2019, Mei 9). Kemajuan Teknologi Komunikasi Menjadi Smartphone. Retrieved from kompasiana: <https://www.kompasiana.com/dizamuhammadlatief/5cd3a9b395760e08b13adef5/kemajuan-teknologi-komunikasi-menjadi-smartphone?page=all>
- Miky. (2018, Juni 5). Moka. Retrieved from Moka: <https://blog.mokapos.com/2018/06/05/4-alasan-mengapa-mobile-paymentpenting-untuk-bisnis-ukm>
- Sancaka, & Subagio. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Kompas Epaper Oleh Konsumen Harian Kompas Di Jawa Timur Dengan Menggunakan Kerangka *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT). 12(2).
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. MIS Quarterly, 27(3), 425–478.