

Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (*Shopeepay*) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha)

Kadek Indahyani¹, I Gusti Ayu Ketut Rencana Sari Dewi²

^{1,2}Jurusan Ekonomi dan Akuntansi
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja-Bali

e-mail: kadekindahyani28@undiksha.ac.id,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai harga, literasi keuangan dan kemampuan finansial terhadap minat penggunaan dompet digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan, Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 107 mahasiswa prodi S1 Akuntansi. Data penelitian diperoleh dari pengumpulan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Nilai Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan (2) Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan (3) Kemampuan Finansial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan.

Kata kunci: Nilai Harga, Literasi Keuangan, Kemampuan Finansial dan Minat Penggunaan Dompot Digital (*ShopeePay*)

Abstract

This study aimed to determined the effect of price value, financial literacy and financial capability on the interest to use e-wallet (ShopeePay) in financial transactions, This research was quantitative research. The sample used in this study was 107 students undergraduate program accounting departement. Data from the results of questionnaires. The data analyze tehniqe used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this study show that : (1) Price Value had a positive impact and signifikan on the interest to use electronic wallet (ShopeePay) in financial transactions, (2) Financial Literacy had a positive impact and signifikan on the interest to use electronic wallet (ShopeePay) in financial transactions, (3) Financial Capability had not a positive and signifikan on the interest to use electronic wallet (ShopeePay) in financial transactions.

Keywords : Price Value, Financial Literacy, Financial Capability and Interest to Use Electronic Wallet (*ShopeePay*)

1. Pendahuluan

Teknologi finansial semakin berkembang karena manfaatnya untuk masyarakat dalam membantu aktivitas masyarakat, terutama dalam jasa pembayaran, baik dalam mekanisme, penyelenggara, instrumen maupun dalam proses transaksi pembayaran (Bank Indonesia, 2016). *Digital payment* adalah salah satu inovasi teknologi finansial yang masih tahap pengembangan, namun

sudah banyak konsumen yang terlibat dalam penggunaannya (Prasetya dan Purnamawati, 2020). Karena perkembangannya yang pesat, perusahaan-perusahaan penyedia jasa *fintech* terus berinovasi untuk memberikan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen. Perkembangan secara global dalam teknologi keuangan membuat *fintech* ikut merasakan dampaknya. Akan tetapi, indikator yang dapat melihat

komposisi *fintech* masih terbatas di Indonesia (Apriliana, 2020). Disisi lain jumlah perusahaan penyedia jasa *fintech* mengalami kenaikan periode 2018-2020.

Pada periode 2018 jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia sebanyak 88 perusahaan dan pada tahun 2020 menjadi 158 perusahaan. Salah satu perusahaan yang menyediakan jasa *digital payment* di Indonesia adalah Shopee dengan *ShopeePay* sebagai brand aplikasinya. Berdasarkan riset dari *snappcart ShopeePay* termasuk dompet digital yang baru, namun saat ini mengalami pertumbuhan paling pesat dengan frekuensi transaksi mencapai 9,1 kali perbulan. *ShopeePay* menjadi brand aplikasi dompet digital dengan pengguna terbesar yaitu sebanyak 68 persen.

Pertumbuhan yang pesat tersebut tidak lepas dari gencarnya strategi yang dilakukan oleh *ShopeePay* untuk menjangkau dan mempermudah konsumen baru. *ShopeePay* dapat unggul karena banyak menawarkan promo dan dapat dilakukan untuk pembayaran *online* dan *offline*. Selain itu, keunggulan yang terlihat adalah dari kelengkapan fitur yang terdapat dalam *ShopeePay* serta menambah jangkauan *merchant* untuk seluruh Indonesia. *ShopeePay* dapat unggul karena banyak menawarkan promo dan tidak hanya dapat digunakan untuk pembayaran secara *online* tetapi juga pembayaran secara *offline* di gerai. Berbagai kelebihan dan kemudahan yang diberikan oleh *ShopeePay* secara teoritis, telah mampu mengubah pola pikir masyarakat untuk beralih dari menggunakan transaksi tunai (uang kertas) ke transaksi non tunai.

Perkembangan *digital payment* yang terus meningkat dalam jumlah penggunaannya membuat banyaknya studi yang meneliti tentang fenomena perkembangan *digital payment*. Perkembangan pesat ini menyebabkan peningkatan perilaku konsumtif di masyarakat serta gaya hidup masyarakat yang beralih menggunakan transaksi non-tunai yang lebih efisien terutama bagi kaum milenial yang menyukai kepraktisan. Apriliana (2020) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif seseorang terbentuk saat remaja dengan rentang usia 18-21

tahun. Umumnya mahasiswa berada pada rentang usia tersebut. Mahasiswa selalu mengikuti perkembangan teknologi yang memberikan kepraktisan sehingga dompet digital menjadi salah satu teknologi yang digemari oleh mahasiswa.

Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti melakukan mini survey kepada mahasiswa prodi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha untuk mengetahui banyaknya pengguna *ShopeePay*. Mini survey dilakukan secara online menggunakan google formulir. Jumlah mahasiswa yang mengisi survey sebanyak 306 mahasiswa. Responden terdiri dari angkatan 2017 sebanyak 109 mahasiswa, angkatan 2018 sebanyak 76 mahasiswa, angkatan 2019 sebanyak 63 mahasiswa dan angkatan 2020 sebanyak 58 mahasiswa. Hasil survey menunjukkan sebanyak 67,6% atau 207 mahasiswa menggunakan *ShopeePay* dan sebanyak 32,4% atau 99 mahasiswa tidak menggunakan *ShopeePay*.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan mahasiswa menggunakan dompet digital dalam aktivitasnya. Penelitian dari Prasetya dan Purnamawati (2020) menggunakan nilai harga sebagai faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan dompet digital. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet digital. Penelitian dari Apriliana (2020) dan Awalina (2019) menggunakan variabel literasi keuangan yang mempengaruhi minat menggunakan dompet digital. Namun berbeda dengan penelitian dari Safira dan Susanti (2020) yang menunjukkan variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Penelitian dari Hana dan Kusumawati (2020) serta penelitian dari Ester Ndraha (2019) menggunakan variabel kemampuan finansial yang mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik. Berbeda dengan penelitian dari Azirah (2018) yang menunjukkan bahwa kemampuan finansial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik. Adanya perbedaan penelitian tersebut mendorong untuk melakukan penelitian ini untuk menguji kembali faktor

literasi keuangan dan faktor kemampuan finansial.

Mahasiswa memiliki beragam kebutuhan yang harus dipenuhi seperti kebutuhan konsumsi, kebutuhan pendidikan, dan kebutuhan lainnya. Namun meskipun demikian sebagian mahasiswa masih menyukai transaksi secara tunai sehingga perlu untuk dilakukan penelitian tentang minat mahasiswa dalam menggunakan dompet digital. Selain itu, peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan dompet digital (*ShopeePay*) yaitu faktor literasi keuangan dan kemampuan finansial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh nilai harga, literasi keuangan, dan kemampuan finansial terhadap minat penggunaan dompet digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan.

Teori Konsumen

Teori konsumen dikembangkan oleh Kotler (2000) yang berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap sebuah produk atau jasa. Menurut *The American Marketing Association* menjelaskan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara dua orang yang memiliki rasa empati dan keyakinan individu terhadap sesuatu yang akan diperoleh dari proses berfikir tentang sesuatu, tingkah laku, serta lingkungan dimana aktivitas tersebut terjadi.

Perilaku konsumen berkaitan erat dengan pemikiran serta perasaan individu dalam proses konsumsinya. Perilaku konsumen merupakan proses yang terdiri dari mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, serta bereaksi setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen (Prasetijo dan Ihalauw, 2004). Sedangkan menurut Setiadi (2003) perilaku konsumen merupakan aktivitas yang berhubungan langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menghabiskan produk atau jasa serta proses pengambilan keputusan dan akibat dari tindakan yang diambil. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor pribadi dan faktor psikologi.

Teori UTAUT 2

Venkatesh beserta beberapa peneliti lainnya mengembangkan model UTAUT pertama menjadi UTAUT 2 pada tahun 2013. Model UTAUT 2 dapat dimungkinkan digunakan untuk menganalisis kontijensi dan moderator antara variabel (Jorge, Begona, & Maria, 2015).

Unified Theory of Acceptance and Use Tehnology 2 (UTAUT) adalah teori yang mengintegrasikan delapan teori model penerimaan teknologi yang terdiri dari *theory of Reasoned Action* (TRA), *Tehnology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *A Model Combinign The Tehnology Acceptance Model and The Theory of Planned Behavior* (C-TAM-TPB), *The Model of PC Utilization* (MPCU), *The Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *The Social Cognitive Theory* (SCT). Model *Unified Theory of Acceptance and Use Tehnology 2* (UTAUT) berfokus pada konsumen individu dimana Venkatesh menambahkan kontraksi baru yaitu *habit*, *hedonic motivation*, dan *price value* (Venkatesh et.al., 2012). UTAUT 2 merupakan perluasan dari UTAUT yang mempelajari tentang penggunaan serta penerimaan teknologi dalam konteks konsumen.

Pengaruh Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital (*ShopeePay*)

Model UTAUT 2 menjelaskan bahwa niat untuk berperilaku dan perilaku untuk menggunakan sebuah teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu nilai harga. Nilai harga dalam sebuah teknologi finansial bisa mempengaruhi minat individu untuk menggunakan teknologi finansial tersebut. Apabila manfaat yang dirasakan lebih besar daripada biaya yang akan dikeluarkan, maka hal tersebut akan menunjukkan kesediaan individu untuk menggunakan teknologi tertentu. Pada penelitian yang dilakukan oleh Prasetya dan Purnamawati (2020) menunjukkan hasil bahwa nilai harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile payment* OVO. Penelitian dari Putri dan Suardhika (2020) menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *e-money*.

H₁ : Nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital (*ShopeePay*)

Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Tingkat pengetahuan keuangan yang baik dapat mendorong individu untuk mengelola keuangannya seperti untuk keputusan berinvestasi, menabung atau menggunakan dompet digital untuk memudahkan transaksi jual beli. Literasi keuangan dapat menggambarkan kemampuan seseorang dalam memahami konsep finansial, produk dan jasa finansial serta mengelola sumber daya finansial secara mandiri (Ismanto, 2019). Pada penelitian yang dilakukan oleh Apriliana (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Go-Pay*. Penelitian dari Awalina (2019) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis *server*.

H₂ : Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan.

Pengaruh Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital (*ShopeePay*)

Kemampuan finansial dapat mempengaruhi minat penggunaan dompet digital, dimana semakin tinggi kemampuan finansial seseorang, maka semakin besar uang tunai yang dipegang (Ndraha, 2019). Dompet digital menjadi salah satu alternatif pilihan menyimpan uang untuk transaksi jual beli. Sebagian mahasiswa sudah memiliki uang saku sendiri baik

yang berasal dari orang tua maupun dari penghasilan sendiri sehingga bisa mengatur sendiri keuangannya. Penelitian dari (Hana & Kusumawati, 2020) menunjukkan bahwa kemampuan finansial berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *cash less transaction*. Penelitian dari Ndraha (2019) menunjukkan bahwa kemampuan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

H₃ : Kemampuan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (*ShopeePay*).

2. Metode

Penelitian ini dilakukan di Universitas Pendidikan Ganesha. Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner secara online kepada mahasiswa prodi S1 Akuntansi angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 di Universitas Pendidikan Ganesha. Kuesioner dibuat melalui google formulir dan diukur dengan skala likert. Responden menjawab semua pernyataan dalam kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *Shopee* yang memiliki layanan *Shopeepay*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan slovin. Populasi Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Metode sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 107 responden. Data diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 25. Uji statistik yang digunakan meliputi; uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinearitas), analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji t (parsial).

3. Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minim um	Maximu m	Sum	Mean	Std. Deviati on
Nilai Harga	107	3	15	1297	12.12	1.703
Literasi Keuangan	107	15	35	3018	28.21	3.256
Kemampuan Finansial	107	6	15	1165	10.89	1.772

Minat Menggunakan	107	7	25	2080	19.44	2.758
Valid N (listwise)	107					

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 1 di atas, variabel nilai harga (X1) memiliki 3 item pernyataan pada kuesioner dan terdapat skor minimum sebesar 3 dan skor maksimum sebesar 15. Variabel nilai harga juga memiliki nilai rata-rata sebesar 12,12 dan nilai 1,703 pada standar deviasinya. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata ($1,703 < 12,12$), sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran skor variabel nilai harga yang semakin mendekati skor rata-rata. Hal ini juga mengindikasikan para responden yang tidak bervariasi terhadap variabel nilai harga. Pada variabel literasi keuangan (X2) memiliki 7 item pernyataan pada kuesioner dan terdapat skor minimum sebesar 15 dan skor maksimum sebesar 35. Variabel nilai harga juga memiliki nilai rata-rata sebesar 28,21 dan nilai 3,256 pada standar deviasinya. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata ($3,256 < 28,21$), sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran skor variabel literasi keuangan semakin mendekati skor rata-rata. Hal ini juga mengindikasikan para responden yang tidak bervariasi terhadap variabel literasi keuangan. Pada variabel kemampuan finansial (X3) memiliki 3 item

pernyataan pada kuesioner dan terdapat skor minimum sebesar 6 dan skor maksimum sebesar 15. Variabel nilai harga juga memiliki nilai rata-rata sebesar 10,89 dan nilai 1,772 pada standar deviasinya. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata ($1,772 < 10,89$), sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran skor variabel kemampuan finansial semakin mendekati skor rata-rata. Hal ini juga mengindikasikan para responden yang tidak bervariasi terhadap variabel kemampuan finansial. Pada variabel minat penggunaan dompet digital (Y) memiliki 5 item pernyataan dalam kuesioner dan terdapat skor minimum sebesar 7 dan skor maksimum sebesar 25. Variabel minat penggunaan juga memiliki nilai rata-rata sebesar 19,44 dan nilai 2,758 pada standar deviasinya. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata ($2,758 < 19,44$), sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran skor variabel minat penggunaan semakin mendekati skor rata-rata. Hal ini juga mengindikasikan para responden yang tidak bervariasi terhadap variabel minat penggunaan.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

N	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Keterangan
1	Nilai Harga (X1)	0,848	0,60	Reliabel
2	Literasi Keuangan (X2)	0,761	0,60	Reliabel
3	Kemampuan Finansial (X3)	0,818	0,60	Reliabel
4	Minat Penggunaan	0,783	0,60	Reliabel

Sumber : data primer diolah (2021)

Uji validitas adalah uji yang dilakukan setelah uji statistik deskriptif dan diukur dengan melihat nilai signifikansinya. Pada uji validitas menunjukkan bahwa variabel nilai harga, literasi keuangan, kemampuan finansial, serta minat penggunaan adalah valid, hal tersebut dibuktikan dari nilai signifikansi semua item pernyataan pada kuesioner nilai sign. (2-tailed) yaitu $< 0,05$. Uji reliabilitas menjadi tahap selanjutnya untuk mengetahui apakah jawaban dari responden dalam penelitian ini bersifat konsisten atau stabil. Tingkat reliabel

suatu kuesioner dapat dilihat apabila jawaban dari responden terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil.

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan hasil dari uji reliabilitas pada masing-masing variabel dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai standar alpha. Pada variabel nilai harga memiliki nilai $0,848 < 0,60$, literasi keuangan memiliki nilai $0,761 < 0,60$, kemampuan finansial memiliki nilai $0,818 < 0,60$, dan minat penggunaan memiliki nilai $0,783 < 0,60$. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa semua instrumen pada penelitian ini reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item

pernyataan pada kuesioner penelitian ini layak digunakan dan dapat dilanjutkan.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas dengan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S)*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandar dized Residual
N		107
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.7866102
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.056
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 3 di atas hasil uji normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S)* diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed)

sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa penyebaran data dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
X1	1.465	0,683	Tidak terjadi multikolinearitas
X2	1.475	0,678	Tidak terjadi multikolinearitas
X3	1.123	0,890	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4 di atas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel nilai harga, literasi keuangan, dan kemampuan finansial $> 0,10$ dan nilai VIF

< 10 . Dapat disimpulkan bahwa model dapat digunakan dalam penelitian karena seluruh variabel bebas tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	T hitung	Sig t	Keterangan
X1	0.261	0.794	Tidak terjadi heterokedastisitas
X2	0.765	0.446	Tidak terjadi heterokedastisitas
X3	-1.243	0.217	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 5 hasil uji heterokedastisitas dengan Uji Glesjer menunjukkan bahwa masing-masing

variabel independen diperoleh nilai sig t $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.169	1.718		-.098	.922
	Nilai Harga	.698	.125	.431	5.582	.000
	Literasi Keuangan	.316	.066	.373	4.813	.000
	Kemampuan Finansial	.205	.105	.131	1.942	.055

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 6 di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear bergandanya sebagai berikut :

$$Y = -0,169 + 0,698 X_1 + 0,316 X_2 + 0,205 X_3$$

Hasil dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat memberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta -0,169 berarti bahwa jika variabel independen yaitu nilai harga, literasi keuangan, dan kemampuan finansial itu konstan atau tidak berubah maka minat penggunaan bernilai negatif.

2. Nilai koefisien regresi X_1 (b_1) 0,689 berarti bahwa jika nilai harga (X_1) meningkat, sedangkan variabel lainnya adalah tetap maka minat penggunaan juga akan meningkat.

3. Nilai koefisien regresi X_2 (b_2) 0,316 berarti bahwa jika literasi keuangan (X_2) meningkat dan variabel lainnya adalah konstan maka minat penggunaan juga akan meningkat.

4. Nilai koefisien regresi X_3 (b_3) 0,205 berarti bahwa jika kemampuan finansial (X_3) meningkat dan variabel lain adalah konstan maka minat penggunaan juga akan meningkat.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.580	.568	1.812

a. Predictors: (Constant), Kemampuan Finansial, Nilai Harga, Literasi Keuangan

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,580 yang berarti bahwa variabilitas variabel nilai harga, variabel literasi keuangan dan variabel kemampuan finansial mampu menjelaskan minat penggunaan (Y) sebesar 56,8%, sedangkan sisanya 43,2% dijelaskan oleh variabilitas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (ShopeePay)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada variabel nilai harga (X_1) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai t hitung $5.582 > 1.986$ (t tabel), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel nilai harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (ShopeePay) dalam transaksi keuangan. Dengan demikian hipotesis (H_1) yang menyatakan nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (Y) diterima.

Nilai harga menjadi salah satu hal penting yang dipertimbangkan mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha untuk berniat menggunakan dompet digital *ShopeePay* dalam bertransaksi. Nilai harga berkaitan dengan manfaat dan biaya dalam menggunakan semua teknologi finansial. Struktur biaya dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan teknologi oleh konsumen. Nilai harga dalam konteks ini adalah penggunaan dompet digital bermanfaat dibandingkan menggunakan pembayaran tunai seperti memperoleh diskon. Apabila manfaat yang dirasakan lebih besar daripada biaya yang akan dikeluarkan, maka hal tersebut akan menunjukkan kesediaan individu untuk menggunakan teknologi tertentu.

Dapat disimpulkan bahwa nilai harga dapat mengatasi masalah biaya dalam pemakaian teknologi di lingkungan konsumen. Penelitian ini juga sejalan dengan teori UTAUT 2 yang dikemukakan oleh Venkatesh et al (2012) yang mempelajari tentang penggunaan serta penerimaan teknologi dalam konteks konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diana (2018), Prasetya dan Purnamawati (2020), dan penelitian dari Putri dan Suardhika (2020).

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital (*ShopeePay*)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada variabel literasi keuangan (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai t hitung $4,813 > 1,986$ (t tabel), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel literasi keuangan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan. Dengan demikian hipotesis (H2) yang menyatakan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (Y) diterima.

Literasi keuangan adalah kombinasi antara pengetahuan dan keterampilan yang dapat mempengaruhi sikap serta perilaku untuk dapat mengambil keputusan yang tepat dalam mengelola keuangan untuk mensejahterakan hidup.

Tingginya tingkat pengetahuan seseorang mengenai keuangan dapat mendorong mereka untuk menggunakan teknologi seperti *ShopeePay*. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki seseorang maka semakin baik pula dalam memilih atau menggunakan suatu produk. Mahasiswa Akuntansi umumnya sudah memiliki lebih banyak pengetahuan mengenai keuangan dan dapat membuat keputusan sendiri dalam masalah keuangannya.

Dapat disimpulkan bahwa semakin baik pemahaman mahasiswa terhadap literasi keuangan maka semakin baik juga dalam mengelola keuangan baik mengelola keuangan pribadi, pengelolaan kredit, utang atau pinjaman, pengelolaan tabungan serta investasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Apriliana (2020) dan Awalina (2019). Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dari Safira dan Susanti (2020).

Pengaruh Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital (*ShopeePay*)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada variabel kemampuan finansial (X3) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,55 > 0,05$ serta nilai t hitung $1,942 < 1,986$ (t tabel), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel kemampuan finansial (X3) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan. Dengan demikian hipotesis (H3) yang menyatakan kemampuan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (Y) ditolak.

Hal ini berarti bahwa kemampuan finansial yang dimiliki oleh individu tidak mempengaruhi individu tersebut untuk mengambil keputusan menggunakan dompet digital *ShopeePay*. Penelitian ini didukung oleh penelitian dari Azirah (2018) dan Ramhatika (2019) yang menyatakan bahwa kemampuan finansial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik yang disebabkan karena masyarakat lebih menyukai transaksi secara tunai dibandingkan non tunai serta kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai keuangan. Hal tersebut menyebabkan

kemampuan finansial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital.

Dapat disimpulkan bahwa, meskipun kemampuan finansial seseorang tinggi, namun tidak dapat mempengaruhi seseorang untuk berniat menggunakan dompet digital untuk transaksi. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori konsumen yang menjelaskan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk atau jasa. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dari Hana dan Kusumawati (2020) serta penelitian dari Ndraha (2019) yang menyatakan kemampuan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa : (1) Nilai harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan. Nilai harga dapat mengatasi masalah biaya dalam pemakaian teknologi di lingkungan konsumen. Semakin besar manfaat yang dirasakan daripada biaya yang akan dikeluarkan, maka hal tersebut akan menunjukkan kesediaan individu untuk menggunakan teknologi tertentu. (2) Literasi keuangan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital (*ShopeePay*) dalam transaksi keuangan. Tingginya tingkat pengetahuan seseorang mengenai keuangan dapat mendorong mereka untuk menggunakan teknologi seperti *ShopeePay*. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki seseorang maka semakin baik pula dalam memilih atau menggunakan suatu produk. (3) Kemampuan finansial yang dimiliki oleh individu tidak mempengaruhi individu tersebut untuk mengambil keputusan menggunakan dompet digital *ShopeePay*. Kemampuan finansial yang tinggi tidak mempengaruhi seseorang berniat untuk menggunakan dompet digital. Hal tersebut karena adanya motif berjaga-jaga serta mencegah perilaku konsumtif.

Berdasarkan simpulan di atas, disarankan Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang sama dengan penelitian ini namun dapat menambahkan teori pendukung seperti menggunakan Teori Konsumsi Keynes atau menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan dompet digital (*ShopeePay*) serta sampel penelitian yang lebih luas pada mahasiswa di universitas lain yang telah belajar tentang keuangan agar memperoleh penelitian yang lebih sempurna. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan tambahan metode selain kuesioner untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal misalnya dengan menambahkan metode wawancara dan observasi.

Daftar Pustaka

- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Anthony, L., & Sama, H. (2021). Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Fintech ShopeePay Bagi Masyarakat Senior. *Journal Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), 678–686.
- Apriliana, R. M. (2020). *Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan GO-PAY: Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Awalina, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Azirah, N. (2018). *Pengaruh Kemampuan Dan Pengetahuan Finansial Terhadap Persepsi Kemudahan Dan Perilaku Penggunaan Uang*

- Elektronik Di Kota Makasar* (Vol. 151, Issue 2).
- Bagus, I. G., Prasetya, I., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan dan Daya Tarik Promo terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment OVO. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 148–158.
- Bank Indonesia. (2016). *Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran*. 236, 1–27. www.bi.go.id
- Diana, N. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia*, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay Di kota Malang Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(02), 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7272>
- Fianto, F., Prismayani, R., Wijaya, N. I., Miftahussururi, Hanifah, N., Nento, M. N., Akbari, Q. S., & Adryansyah, N. (2017). Materi Pendukung Literasi Finansial. *Gerakan Literasi Nasional*, 1–41. <http://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/buku-literasi-finansial/>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen*. CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginantra, wiwik S. rahayu, Purba, J. S., Tojiri, M. Y., Siregar, A. A., Marit, L. E., & Siswanti, I. (2020). *Teknologi Finansial Sistem Finansial Berbasis Teknologi Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hamzah, L. M., Awaluddin, I., & Maimunah, E. (2016). Pengantar Statistika Ekonomi. In CV. Anugrah Utama Raharja (AURA). <http://marefateadyan.nashriyat.ir/nod/e/150>
- Hana, C., Kusumawati, Y., Bisnis, E. D., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2020). *Pengaruh Kemampuan Financial dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Cash Less Transaction Gerakan Non Tunai yang digalakan oleh pemerintah dimaksudkan kepada masyarakat agar semakin mudah bertransaksi dengan keuangannya serta meningkatkan keamanan bertransaks*. 13.
- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., Pangestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2019). *Perbankan Dan Literasi Keuangan*. CV Budi Utama.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Prenadamedia Group.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. ANDI.
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. ANDI.
- Keuangan, O. J. (2016). *Rancangan Peraturan, Otoritas Jasa Keuangan Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sekor Jasa Keuangan Untuk Konsumen dan Masyarakat*. Journal Manajemen. www.ojk.go.id
- Ndraha, E. (2019). *Pengaruh Kemampuan Finansial Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan)*.
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*. UB Press.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. O. . (2004). *Prilaku Konsumen*. ANDI.
- Putri, N. K. R. D., & Suardikha, I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Nilai Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540–555.
- Rohman, A. F. K. (2020). *Analisis Minat Dan Perilaku Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Pada Layanan*

- Aplikasi Ovo Di Kabupaten Jember Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2)*. 115.
- Safira, M. E., & Susanti. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 4(2), 99–110.
- Setiadi, N. J. (2003). *Prilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. ALFABETA Sutrisno. (2020). *Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar TIK Materi Topologi Jaringan Dengan Media Pembelajaran*. Ahlimedia Press.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Watmah, S., Fauziah, S., & Herlinawati, N. (2020). Identifikasi Faktor Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Menggunakan Metode TAM dan UTAUT2. *Indonesian Journal on Software Engineering*, 6(1), 261–269.