



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 6421-6435

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Peran Literasi Keuangan dan Kemudahan Teknologi Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan E-Wallet Di Kalangan Generasi Milenial

Wahyudi Prabowo¹, Al Ghazali², Asep³, Chalimatusadiah⁴

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika

⁴Program Studi Teknologi Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika

¹Wahyudi.wyp@bsi.ac.id, ²ghazali.ahz@bsi.ac.id, ³asep.aep@bsi.ac.id, ⁴Chalimatusadiah.cld@bsi.ac.id

Abstrak

This study aims to analyze the role of financial literacy and technological ease on the decision to use e-wallet services among the millennial generation. Digital transformation in the financial sector has introduced various electronic payment service innovations that increasingly facilitate public transactions. Millennials, as technologically adaptive users, have become a primary market segment in the adoption of e-wallets. This research employs a quantitative approach using a survey technique involving 385 millennial respondents aged 25–40 years who actively use e-wallet services. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that financial literacy has a positive and significant effect on the decision to use e-wallets, with a path coefficient value of 0.342 and a t-statistic of 6.847. Technological ease also has a positive and significant effect on e-wallet usage decisions, with a path coefficient of 0.518 and a t-statistic of 9.326. Simultaneously, financial literacy and technological ease explain 68.4% of the variance in e-wallet usage decisions. These findings imply the importance of enhancing digital financial literacy and developing increasingly user-friendly features to encourage broader adoption of e-wallets among millennials. This study provides practical contributions for e-wallet service providers in designing marketing strategies and product development aligned with the characteristics of millennial users.

Keywords: Financial Literacy, Technological Ease, E-Wallet, Millennial Generation, Usage Decision

1. Latar Belakang

Transformasi digital telah mengubah lanskap industri keuangan secara fundamental, khususnya dalam sistem pembayaran masyarakat. Perkembangan teknologi finansial (fintech) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam lima tahun terakhir. Salah satu inovasi fintech yang paling populer adalah layanan dompet elektronik atau electronic wallet (e-wallet) yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi keuangan secara digital tanpa perlu menggunakan uang tunai. Kehadiran e-wallet telah mengubah perilaku konsumen dalam bertransaksi, dari yang semula berbasis tunai menjadi berbasis digital.

Menurut data Bank Indonesia tahun 2024, transaksi uang elektronik di Indonesia mencapai 7,8 miliar transaksi dengan nilai nominal mencapai Rp 48,2 triliun pada tahun 2023, meningkat 42,3% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin menerima dan mengadopsi layanan pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari mereka. Di antara berbagai segmen pengguna, generasi milenial menjadi kelompok dominan yang menggunakan layanan e-wallet karena karakteristik mereka yang akrab dengan teknologi dan lebih terbuka terhadap inovasi digital.

Generasi milenial, yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, kini menjadi kelompok demografis yang sangat signifikan dalam ekonomi Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik, generasi milenial mencakup sekitar 34,45% dari total populasi Indonesia atau sekitar 69,90 juta jiwa pada tahun 2023. Kelompok ini memiliki daya beli yang tinggi dan merupakan konsumen aktif dalam ekonomi digital. Karakteristik generasi milenial yang terbiasa dengan teknologi, menghargai efisiensi, dan mengutamakan kemudahan membuat mereka menjadi adopter awal berbagai inovasi digital termasuk e-wallet.

Dilansir dari Kontan.co.id (15 Januari 2024), penetrasi e-wallet di Indonesia telah mencapai 78% di kalangan pengguna internet, dengan generasi milenial menjadi pengguna terbesar yang mencapai 85% dari total pengguna e-wallet. Tiga pemain besar dalam industri e-wallet di Indonesia yaitu GoPay, OVO, dan Dana menguasai lebih dari 70% pangsa pasar dengan total pengguna aktif mencapai 120 juta pengguna per akhir tahun 2023. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai faktor termasuk kemudahan penggunaan, promosi cashback yang menarik, dan integrasi dengan berbagai platform e-commerce dan layanan digital lainnya.

Tabel 1. Perkembangan Transaksi E-Wallet di Indonesia Tahun 2019-2023

Tahun	Volume Transaksi (Miliar)	Nilai Transaksi (Triliun Rupiah)	Pertumbuhan (%)
2019	2,9	15,2	-
2020	4,2	22,6	48,6
2021	5,5	30,8	36,3
2022	5,9	33,9	10,1
2023	7,8	48,2	42,3

Sumber: Bank Indonesia (2024)

Meskipun adopsi e-wallet mengalami pertumbuhan yang signifikan, namun masih terdapat tantangan dalam memaksimalkan pemanfaatan layanan ini. Salah satu faktor kunci yang mempengaruhi keputusan penggunaan e-wallet adalah tingkat literasi keuangan pengguna. Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk memahami dan mengelola keuangan secara efektif, termasuk pemahaman tentang produk dan layanan keuangan digital. Pengguna dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami manfaat, risiko, dan cara menggunakan e-wallet secara optimal untuk kebutuhan transaksi mereka.

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 49,68%, meningkat dari 38,03% pada tahun 2019. Namun, tingkat literasi keuangan digital khususnya terkait produk fintech masih relatif rendah dibandingkan dengan tingkat adopsi teknologi. Kesenjangan antara adopsi teknologi dan pemahaman finansial ini dapat menimbulkan risiko seperti penggunaan yang tidak bijak, kerentanan terhadap penipuan digital, dan tidak optimalnya pemanfaatan fitur-fitur e-wallet untuk pengelolaan keuangan pribadi.

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi keputusan penggunaan e-wallet adalah kemudahan teknologi yang ditawarkan. Kemudahan teknologi mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa menggunakan suatu sistem teknologi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar. Dalam konteks e-wallet, kemudahan teknologi mencakup antarmuka aplikasi yang user-friendly, proses registrasi yang sederhana, kemudahan dalam melakukan top-up saldo, kecepatan transaksi, dan ketersediaan merchant yang menerima pembayaran e-wallet. Semakin mudah teknologi tersebut digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk mengadopsi dan terus menggunakan layanan tersebut.

Penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi berbagai faktor yang mempengaruhi adopsi e-wallet, namun masih terdapat kesenjangan dalam literatur khususnya mengenai peran literasi keuangan dalam konteks penggunaan e-wallet di kalangan generasi milenial di Indonesia. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih fokus pada aspek teknologi seperti perceived ease of use dan perceived usefulness berdasarkan Technology Acceptance Model, namun belum banyak yang mengintegrasikan aspek literasi keuangan sebagai determinan penting dalam keputusan penggunaan e-wallet. Padahal, pemahaman finansial yang baik sangat diperlukan agar pengguna dapat memanfaatkan e-wallet tidak hanya sebagai alat pembayaran tetapi juga sebagai instrumen pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Selain itu, studi khusus yang berfokus pada generasi milenial sebagai segmen pengguna utama e-wallet di Indonesia masih terbatas. Generasi milenial memiliki karakteristik unik dalam perilaku konsumsi dan penggunaan teknologi yang berbeda dengan generasi lainnya. Mereka cenderung lebih mengandalkan review online, terpengaruh oleh media sosial, dan mengutamakan kenyamanan dalam bertransaksi. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan generasi milenial dalam menggunakan e-wallet menjadi penting bagi penyedia layanan untuk merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi keuangan dan kemudahan teknologi terhadap keputusan menggunakan layanan e-wallet di kalangan generasi milenial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam memperkaya literatur tentang perilaku konsumen

digital khususnya terkait penggunaan fintech di Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi penyedia layanan e-wallet, regulator, dan pemangku kepentingan lainnya dalam meningkatkan adopsi dan pemanfaatan e-wallet yang lebih optimal di kalangan generasi milenial.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan layanan e-wallet di kalangan generasi milenial? (2) Bagaimana pengaruh kemudahan teknologi terhadap keputusan menggunakan layanan e-wallet di kalangan generasi milenial? (3) Bagaimana pengaruh literasi keuangan dan kemudahan teknologi secara simultan terhadap keputusan menggunakan layanan e-wallet di kalangan generasi milenial?

1. Tinjauan Pustaka

1.1 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami konsep-konsep keuangan dasar dan menerapkan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan keuangan yang efektif. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Dalam era digital, konsep literasi keuangan berkembang menjadi literasi keuangan digital yang mencakup pemahaman tentang produk dan layanan keuangan berbasis teknologi.

Literasi keuangan memiliki beberapa dimensi penting yang saling terkait. Dimensi pertama adalah pengetahuan keuangan dasar yang mencakup pemahaman tentang konsep bunga, inflasi, diversifikasi risiko, dan time value of money. Dimensi kedua adalah keterampilan keuangan yang meliputi kemampuan untuk membuat anggaran, menabung, berinvestasi, dan mengelola utang. Dimensi ketiga adalah sikap dan perilaku keuangan yang mencerminkan bagaimana seseorang menggunakan pengetahuan dan keterampilannya dalam praktik sehari-hari.

Penelitian yang dilakukan oleh Morgan dan Trinh (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap adopsi layanan fintech termasuk e-wallet. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan produk keuangan digital dan lebih mampu mengevaluasi manfaat serta risiko yang terkait. Mereka juga lebih cenderung menggunakan layanan e-wallet untuk berbagai keperluan seperti pembayaran tagihan, transfer uang, dan pembelian barang dan jasa secara online.

Dalam konteks e-wallet, literasi keuangan membantu pengguna untuk memahami fitur-fitur yang tersedia seperti cashback, poin reward, cicilan tanpa bunga, dan investasi mikro. Pengguna dengan literasi keuangan yang baik dapat membandingkan berbagai layanan e-wallet dan memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Mereka juga lebih waspada terhadap risiko keamanan siber dan penipuan digital, sehingga dapat menggunakan e-wallet dengan lebih aman dan bertanggung jawab.

Studi yang dilakukan oleh Sastiono et al. (2021) menemukan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan layanan pembayaran digital di Indonesia. Responden dengan pemahaman yang baik tentang produk keuangan digital cenderung menggunakan e-wallet lebih sering dan untuk transaksi yang lebih beragam dibandingkan dengan mereka yang memiliki literasi keuangan rendah. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menjadi strategi efektif untuk mendorong adopsi dan penggunaan e-wallet yang lebih luas.

Lebih lanjut, penelitian Widyastuti et al. (2022) mengungkapkan bahwa literasi keuangan tidak hanya mempengaruhi keputusan awal untuk mengadopsi e-wallet tetapi juga loyalitas pengguna dalam jangka panjang. Pengguna yang memahami manfaat finansial dari penggunaan e-wallet seperti penghematan waktu, kemudahan pencatatan transaksi, dan berbagai promosi yang tersedia cenderung menjadi pengguna setia dan bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

1.2 Kemudahan Teknologi

Kemudahan teknologi merupakan salah satu konstruk kunci dalam Technology Acceptance Model yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Perceived ease of use atau persepsi kemudahan penggunaan

didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dalam konteks e-wallet, kemudahan teknologi mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi e-wallet mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dan tidak memerlukan upaya kognitif yang besar.

Kemudahan teknologi memiliki beberapa indikator penting yang mempengaruhi adopsi sistem teknologi. Indikator pertama adalah kemudahan untuk dipelajari, yaitu seberapa cepat pengguna dapat memahami cara kerja sistem tanpa memerlukan pelatihan khusus. Indikator kedua adalah kemudahan dalam pengoperasian, yang mencakup antarmuka yang intuitif, navigasi yang jelas, dan proses transaksi yang sederhana. Indikator ketiga adalah fleksibilitas dalam penggunaan, yaitu kemampuan sistem untuk disesuaikan dengan kebutuhan pengguna yang beragam. Indikator keempat adalah kemudahan dalam menyelesaikan masalah atau error yang mungkin terjadi selama penggunaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ryu (2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan prediktor kuat terhadap niat menggunakan dan penggunaan aktual layanan mobile payment termasuk e-wallet. Aplikasi yang dirancang dengan user experience yang baik, dengan antarmuka yang sederhana dan intuitif, memiliki tingkat adopsi yang lebih tinggi dibandingkan dengan aplikasi yang kompleks dan sulit digunakan. Hal ini terutama penting dalam konteks generasi milenial yang menghargai efisiensi dan tidak ingin menghabiskan waktu untuk mempelajari sistem yang rumit.

Dalam konteks e-wallet di Indonesia, kemudahan teknologi menjadi faktor kritis mengingat tingkat literasi digital masyarakat yang masih beragam. Penyedia layanan e-wallet berlomba-lomba untuk menyederhanakan proses registrasi, verifikasi identitas, top-up saldo, dan transaksi pembayaran. Fitur-fitur seperti scan QR code untuk pembayaran, integrasi dengan berbagai bank untuk top-up otomatis, dan notifikasi transaksi real-time merupakan contoh inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan kemudahan penggunaan.

Studi yang dilakukan oleh Aditya dan Wardhana (2020) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet di kalangan mahasiswa di Indonesia. Responden yang merasa bahwa e-wallet mudah digunakan menunjukkan niat yang lebih tinggi untuk mengadopsi teknologi tersebut. Penelitian ini juga menemukan bahwa kemudahan penggunaan memiliki efek tidak langsung terhadap penggunaan aktual melalui niat perilaku, yang mengkonfirmasi model Technology Acceptance Model dalam konteks e-wallet.

Penelitian terbaru oleh Susanto et al. (2023) mengeksplorasi peran kemudahan penggunaan dalam konteks yang lebih luas, termasuk aspek keamanan dan kepercayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kemudahan penggunaan penting, namun harus diimbangi dengan fitur keamanan yang memadai seperti autentikasi biometrik, enkripsi data, dan sistem deteksi fraud. Pengguna generasi milenial menginginkan aplikasi yang tidak hanya mudah digunakan tetapi juga aman dan dapat dipercaya untuk melindungi informasi pribadi dan keuangan mereka.

Lebih lanjut, penelitian Hidayat et al. (2021) mengidentifikasi bahwa kemudahan teknologi juga mencakup aspek aksesibilitas seperti kompatibilitas dengan berbagai perangkat smartphone, ukuran aplikasi yang tidak terlalu besar, dan performa yang stabil tanpa lag atau crash. Generasi milenial yang mobile-centric mengharapkan aplikasi e-wallet dapat berjalan lancar di berbagai kondisi seperti koneksi internet yang lambat atau perangkat dengan spesifikasi menengah.

1.3 Keputusan Penggunaan E-Wallet

Keputusan penggunaan merupakan proses kognitif dan perilaku yang dilalui individu dalam memilih untuk mengadopsi dan menggunakan suatu produk atau layanan secara berkelanjutan. Dalam konteks e-wallet, keputusan penggunaan mencakup tahap kesadaran akan produk, evaluasi manfaat dan risiko, keputusan untuk mencoba, dan akhirnya penggunaan yang berkelanjutan atau loyalitas. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor internal seperti sikap, persepsi, dan pengalaman pribadi, serta faktor eksternal seperti pengaruh sosial, promosi, dan ketersediaan infrastruktur pendukung.

Menurut teori perilaku konsumen, keputusan penggunaan teknologi baru seperti e-wallet melibatkan proses adopsi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers. Proses ini terdiri dari lima tahap yaitu knowledge (pengetahuan tentang

inovasi), persuasian (pembentukan sikap terhadap inovasi), decision (keputusan untuk mengadopsi atau menolak), implementation (penggunaan aktual), dan confirmation (penguatan keputusan melalui pengalaman positif). Dalam konteks e-wallet, pengguna pertama kali mengenal layanan ini melalui berbagai saluran seperti iklan, media sosial, atau rekomendasi dari teman dan keluarga.

Penelitian yang dilakukan oleh Aji et al. (2020) mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan e-wallet di Indonesia. Faktor-faktor tersebut termasuk perceived usefulness (manfaat yang dirasakan), perceived ease of use (kemudahan penggunaan), trust (kepercayaan), social influence (pengaruh sosial), dan promotional benefits (manfaat promosi). Studi ini menemukan bahwa manfaat promosi seperti cashback dan diskon memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan awal untuk menggunakan e-wallet, namun untuk penggunaan berkelanjutan, faktor kepercayaan dan kemudahan penggunaan menjadi lebih dominan.

Dalam konteks generasi milenial, keputusan penggunaan e-wallet juga dipengaruhi oleh gaya hidup digital mereka. Generasi milenial cenderung lebih terbuka terhadap inovasi teknologi dan lebih nyaman bertransaksi secara online dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Mereka menghargai kecepatan, kemudahan, dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh e-wallet. Selain itu, generasi milenial juga sangat terpengaruh oleh ulasan online dan rekomendasi dari peer group mereka, yang membuat word-of-mouth dan social proof menjadi faktor penting dalam keputusan penggunaan.

Studi yang dilakukan oleh Putri dan Setiyorini (2022) mengeksplorasi peran habituation atau pembentukan kebiasaan dalam penggunaan e-wallet di kalangan generasi milenial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah pengguna melewati fase adopsi awal dan menggunakan e-wallet secara rutin, penggunaan tersebut menjadi kebiasaan yang otomatis. Pada tahap ini, pengguna tidak lagi melakukan evaluasi kognitif yang mendalam sebelum menggunakan e-wallet, tetapi menggunakannya secara spontan karena sudah menjadi bagian dari rutinitas harian mereka.

Penelitian Ramadhan et al. (2021) menambahkan dimensi emosional dalam keputusan penggunaan e-wallet. Generasi milenial tidak hanya mempertimbangkan aspek utilitarian (kegunaan dan kemudahan) tetapi juga aspek hedonic (kesenangan dan kepuasan emosional). Aplikasi e-wallet yang menawarkan user interface yang menarik, gamifikasi seperti koin reward dan achievement, serta pengalaman pengguna yang menyenangkan cenderung memiliki tingkat engagement yang lebih tinggi.

1.4 E-Wallet sebagai Inovasi Fintech

Electronic wallet atau e-wallet merupakan salah satu produk inovasi financial technology yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang secara digital dan melakukan berbagai transaksi finansial melalui perangkat mobile atau web. E-wallet berfungsi sebagai pengganti dompet fisik yang dapat digunakan untuk pembayaran di merchant offline maupun online, transfer uang antar pengguna, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan data, dan berbagai layanan keuangan lainnya. Di Indonesia, e-wallet telah berkembang pesat dan menjadi salah satu instrumen pembayaran digital yang paling populer.

Bank Indonesia mengklasifikasikan e-wallet sebagai bagian dari uang elektronik yang terdiri dari dua jenis yaitu server-based dan chip-based. E-wallet yang populer saat ini umumnya berbasis server dimana saldo uang elektronik disimpan di server penerbit dan dapat diakses melalui aplikasi mobile. Penerbit e-wallet harus memiliki izin dari Bank Indonesia dan mematuhi berbagai regulasi terkait perlindungan konsumen, anti pencucian uang, dan keamanan data.

Ekosistem e-wallet di Indonesia sangat dinamis dengan berbagai pemain yang memiliki strategi berbeda. GoPay yang merupakan bagian dari ekosistem Gojek fokus pada integrasi dengan layanan transportasi online dan merchant offline. OVO yang didukung oleh Grab dan Tokopedia memiliki kekuatan dalam ekosistem e-commerce dan retail. Dana yang didukung oleh Emtek dan Ant Financial fokus pada penetrasi ke berbagai segmen merchant dan layanan peer-to-peer. Ketiga pemain besar ini terus berinovasi dengan menambahkan fitur-fitur baru seperti investasi reksa dana, asuransi digital, dan pinjaman online.

Penelitian yang dilakukan oleh Windasari et al. (2022) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan e-wallet di Indonesia. Studi ini menemukan bahwa kunci kesuksesan e-wallet terletak pada tiga pilar

utama yaitu network effect (jumlah pengguna dan merchant), value proposition (nilai tambah yang ditawarkan), dan ecosystem integration (integrasi dengan berbagai platform digital). E-wallet yang berhasil membangun ekosistem yang kuat dengan banyak pengguna, merchant yang luas, dan terintegrasi dengan berbagai layanan digital lainnya memiliki tingkat pertumbuhan dan retensi yang lebih tinggi.

Lebih lanjut, penelitian Nugroho et al. (2023) mengeksplorasi peran regulasi dalam pengembangan industri e-wallet di Indonesia. Bank Indonesia sebagai regulator telah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mendorong pertumbuhan industri e-wallet sambil memastikan perlindungan konsumen dan stabilitas sistem keuangan. Kebijakan seperti kewajiban interoperabilitas antar e-wallet, standar keamanan siber, dan edukasi literasi keuangan digital merupakan upaya untuk menciptakan ekosistem e-wallet yang sehat dan berkelanjutan.

1.5 Hubungan Literasi Keuangan dengan Keputusan Penggunaan E-Wallet

Literasi keuangan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan e-wallet. Individu dengan literasi keuangan yang tinggi memiliki pemahaman yang lebih baik tentang manfaat finansial dari penggunaan e-wallet seperti efisiensi transaksi, kemudahan pencatatan pengeluaran, akses ke berbagai promosi dan cashback, serta potensi untuk mengoptimalkan pengelolaan keuangan pribadi. Pemahaman ini mempengaruhi sikap positif terhadap e-wallet dan pada akhirnya mendorong keputusan untuk mengadopsi dan menggunakan layanan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Phan et al. (2020) di Vietnam menemukan bahwa literasi keuangan digital berkorelasi positif dengan adopsi mobile payment termasuk e-wallet. Responden dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih mampu mengevaluasi risiko dan manfaat dari penggunaan e-wallet, lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi baru, dan lebih proaktif dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia. Mereka juga lebih cenderung untuk melakukan transaksi dengan nilai yang lebih besar karena memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap keamanan sistem.

Dalam konteks Indonesia, penelitian Setiawan dan Ikhsan (2023) mengeksplorasi hubungan antara literasi keuangan dan intensitas penggunaan e-wallet di kalangan generasi milenial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan skor literasi keuangan di atas rata-rata menggunakan e-wallet untuk lebih banyak jenis transaksi dibandingkan dengan responden dengan literasi keuangan rendah. Mereka tidak hanya menggunakan e-wallet untuk pembayaran sederhana tetapi juga untuk transfer antar bank, pembayaran tagihan bulanan, dan bahkan untuk investasi mikro yang ditawarkan oleh beberapa platform e-wallet.

Literasi keuangan juga membantu pengguna untuk lebih kritis dalam memilih layanan e-wallet yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pengguna dengan literasi keuangan yang baik dapat membandingkan biaya transaksi, tingkat cashback, syarat dan ketentuan promosi, serta fitur keamanan yang ditawarkan oleh berbagai penyedia e-wallet. Kemampuan untuk melakukan evaluasi komparatif ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih rasional dan menguntungkan.

Studi longitudinal yang dilakukan oleh Lestari et al. (2022) menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan melalui program edukasi dapat meningkatkan tingkat adopsi dan penggunaan e-wallet. Responden yang mengikuti program literasi keuangan digital menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman tentang manfaat e-wallet, kepercayaan terhadap keamanan sistem, dan niat untuk menggunakan e-wallet secara lebih intensif. Temuan ini mengimplikasikan pentingnya kolaborasi antara penyedia layanan e-wallet, regulator, dan lembaga pendidikan dalam meningkatkan literasi keuangan digital masyarakat.

1.6 Hubungan Kemudahan Teknologi dengan Keputusan Penggunaan E-Wallet

Kemudahan teknologi merupakan salah satu faktor determinan yang paling konsisten dalam penelitian adopsi teknologi. Dalam konteks e-wallet, kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pengguna untuk mengadopsi dan terus menggunakan layanan tersebut. Aplikasi e-wallet yang dirancang dengan prinsip user-centered design, dengan antarmuka yang intuitif dan proses transaksi yang sederhana, cenderung memiliki tingkat adopsi yang lebih tinggi dan retensi pengguna yang lebih baik.

Penelitian meta-analisis yang dilakukan oleh Scherer et al. (2019) menganalisis 107 studi tentang Technology Acceptance Model dan menemukan bahwa perceived ease of use memiliki efek yang kuat dan konsisten terhadap behavioral intention dan actual use dalam berbagai konteks teknologi termasuk mobile payment. Studi ini juga menemukan bahwa efek kemudahan penggunaan lebih kuat pada pengguna yang kurang berpengalaman dengan teknologi, yang menunjukkan pentingnya meminimalkan kompleksitas dalam desain aplikasi untuk mendorong adopsi yang lebih luas.

Dalam konteks e-wallet di Indonesia, penelitian Firmansyah et al. (2021) menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan e-wallet dengan koefisien determinasi sebesar 0,487. Responden mengindikasikan bahwa fitur-fitur seperti registrasi yang cepat menggunakan nomor telepon, proses verifikasi yang sederhana, top-up yang mudah melalui berbagai metode, dan scan QR code untuk pembayaran merupakan faktor-faktor yang membuat mereka memilih untuk menggunakan e-wallet dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya.

Penelitian komparatif yang dilakukan oleh Wijaya dan Darudiato (2020) membandingkan tiga aplikasi e-wallet populer di Indonesia dari perspektif user experience. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi dengan skor usability yang lebih tinggi memiliki tingkat kepuasan pengguna yang lebih tinggi dan loyalitas yang lebih baik. Aspek-aspek usability yang paling penting menurut responden adalah kecepatan loading aplikasi, kemudahan navigasi menu, kejelasan informasi saldo dan riwayat transaksi, serta responsiveness dari aplikasi terhadap input pengguna.

Lebih lanjut, penelitian Pradana dan Sukarno (2023) mengeksplorasi peran perceived effort dalam adopsi e-wallet di kalangan generasi milenial. Studi ini menemukan bahwa generasi milenial memiliki threshold yang sangat rendah untuk effort yang mereka rela keluarkan dalam menggunakan aplikasi baru. Jika proses registrasi memakan waktu lebih dari 5 menit atau jika mereka mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi pertama, kemungkinan besar mereka akan meninggalkan aplikasi dan mencari alternatif lain. Hal ini menunjukkan pentingnya onboarding experience yang seamless dan intuitif.

Penelitian terbaru oleh Kusuma et al. (2024) mengidentifikasi bahwa kemudahan teknologi juga mencakup aspek customer support dan penyelesaian masalah. Responden mengindikasikan bahwa ketersediaan layanan customer service yang responsif, FAQ yang komprehensif, dan fitur live chat dalam aplikasi merupakan bagian dari perceived ease of use karena membuat mereka merasa yakin bahwa mereka dapat menyelesaikan masalah dengan mudah jika terjadi error atau kendala dalam penggunaan.

1.7 Generasi Milenial sebagai Pengguna E-Wallet

Generasi milenial memiliki karakteristik yang unik dalam hal perilaku konsumsi dan adopsi teknologi yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya. Mereka adalah digital natives yang tumbuh di era perkembangan internet dan teknologi digital, sehingga memiliki keterampilan digital yang lebih baik dan lebih nyaman dalam menggunakan berbagai platform digital. Karakteristik ini membuat generasi milenial menjadi segmen pasar utama untuk layanan e-wallet dan fintech pada umumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Prenskey (2021) menjelaskan bahwa generasi milenial memiliki preferensi yang kuat terhadap pengalaman digital yang seamless dan terintegrasi. Mereka mengharapkan dapat melakukan berbagai aktivitas mulai dari belanja online, pesan makanan, booking transportasi, hingga pembayaran tagihan melalui satu platform atau ekosistem yang terintegrasi. E-wallet yang berhasil mengintegrasikan berbagai layanan ini memiliki value proposition yang kuat bagi generasi milenial.

Dari perspektif perilaku keuangan, generasi milenial menunjukkan pola yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Studi yang dilakukan oleh Azizah dan Suryani (2021) menemukan bahwa generasi milenial cenderung lebih impulsif dalam pengeluaran tetapi juga lebih terbuka terhadap informasi dan edukasi keuangan. Mereka aktif mencari informasi melalui internet dan media sosial tentang cara mengelola keuangan, investasi, dan berbagai produk keuangan. Karakteristik ini membuat mereka menjadi target yang tepat untuk program literasi keuangan digital yang dapat membantu mereka menggunakan e-wallet secara lebih bijak.

Penelitian etnografi yang dilakukan oleh Handayani et al. (2022) mengeksplorasi pengalaman penggunaan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari generasi milenial di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-wallet telah menjadi bagian integral dari gaya hidup digital mereka. Responden menggunakan e-wallet bukan hanya untuk transaksi pembayaran tetapi juga sebagai identitas digital yang memudahkan mereka dalam berbagai situasi sosial seperti patungan dengan teman, memberikan hadiah digital, atau berbagi bill di restoran.

Lebih lanjut, penelitian Rahayu dan Kurniawan (2023) mengidentifikasi bahwa generasi milenial memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap personalisasi dan customization dalam aplikasi e-wallet. Mereka menginginkan rekomendasi merchant yang relevan berdasarkan riwayat transaksi, notifikasi promosi yang disesuaikan dengan preferensi mereka, dan interface yang dapat dikustomisasi sesuai selera. E-wallet yang mampu memberikan pengalaman personal dan relevan memiliki tingkat engagement yang lebih tinggi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis peran literasi keuangan dan kemudahan teknologi terhadap keputusan menggunakan layanan e-wallet di kalangan generasi milenial. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara variabel-variabel yang telah diidentifikasi berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial di Indonesia yang berusia antara 25 hingga 40 tahun pada tahun 2024 dan aktif menggunakan layanan e-wallet. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden adalah pengguna e-wallet yang telah menggunakan layanan tersebut minimal selama 6 bulan dan melakukan transaksi minimal 2 kali dalam sebulan. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 385 responden berdasarkan formula Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 5%.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online yang disebarakan melalui berbagai platform media sosial dan aplikasi messaging selama periode Agustus hingga Oktober 2024. Kuesioner dirancang menggunakan skala Likert 5 poin mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap indikator variabel. Sebelum disebarakan, kuesioner telah melalui tahap uji validitas dan reliabilitas dengan melibatkan 30 responden pilot test.

Variabel penelitian terdiri dari dua variabel independen yaitu literasi keuangan dan kemudahan teknologi, serta satu variabel dependen yaitu keputusan penggunaan e-wallet. Literasi keuangan diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari instrumen OECD INFE yang meliputi pengetahuan keuangan dasar, pemahaman produk keuangan digital, keterampilan pengelolaan keuangan, dan sikap keuangan. Kemudahan teknologi diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari Technology Acceptance Model yang meliputi mudah dipelajari, mudah dioperasikan, jelas dan mudah dipahami, serta fleksibel dalam penggunaan. Keputusan penggunaan e-wallet diukur melalui indikator frekuensi penggunaan, intensitas penggunaan, variasi jenis transaksi, dan loyalitas terhadap layanan.

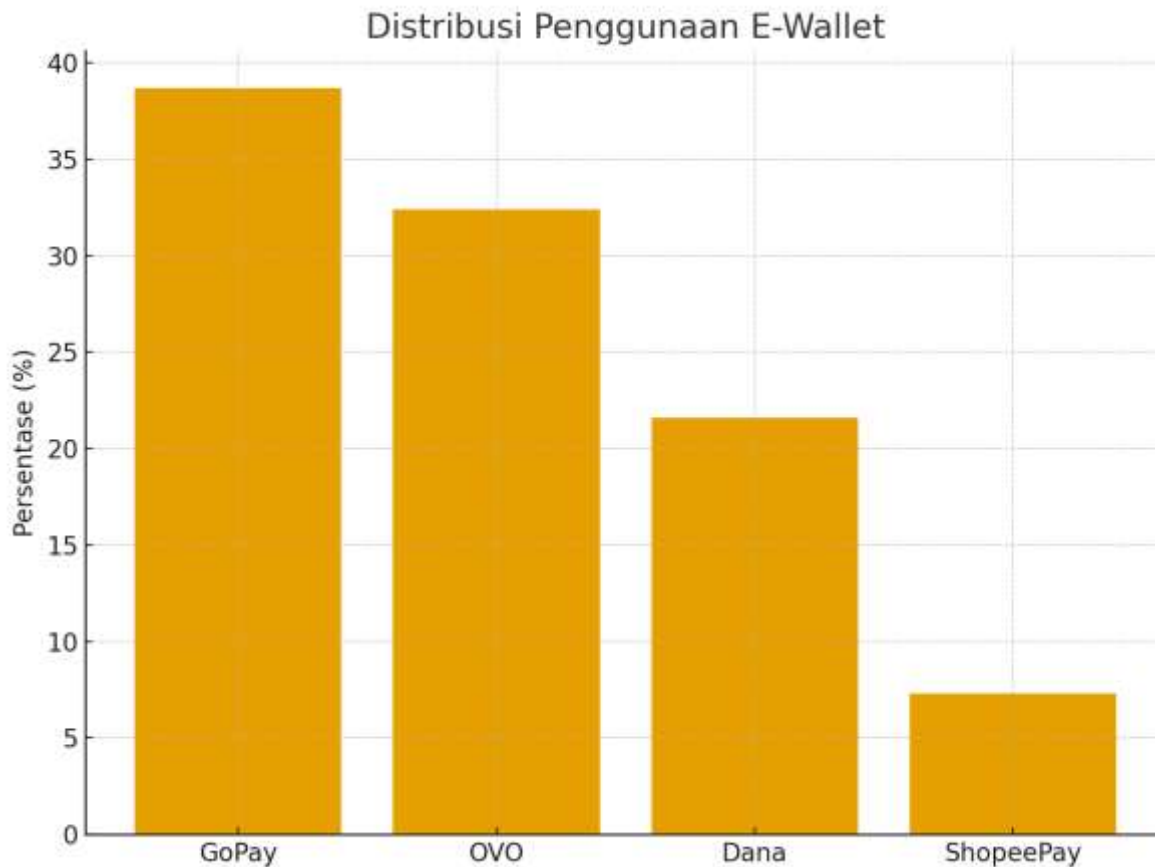
Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square dengan bantuan software SmartPLS versi 4.0. Pemilihan metode PLS-SEM didasarkan pada karakteristik penelitian yang bersifat prediktif dan eksploratori. Tahapan analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis model pengukuran (outer model), dan analisis model struktural (inner model). Kriteria penilaian outer model menggunakan nilai loading factor, average variance extracted, dan composite reliability. Sementara itu, kriteria penilaian inner model menggunakan nilai R-square, f-square, dan path coefficient dengan tingkat signifikansi yang diuji menggunakan bootstrapping dengan 5000 resample.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 385 responden generasi milenial yang aktif menggunakan layanan e-wallet di Indonesia. Berdasarkan karakteristik demografis, sebanyak 54,8% responden berjenis kelamin perempuan dan 45,2% berjenis kelamin laki-laki. Distribusi usia responden menunjukkan bahwa kelompok usia 25-30 tahun merupakan yang terbanyak dengan proporsi 42,3%, diikuti oleh kelompok usia 31-35 tahun sebesar 35,6%, dan kelompok usia 36-

40 tahun sebesar 22,1%. Komposisi ini mencerminkan bahwa pengguna e-wallet paling banyak berasal dari kelompok milenial muda yang lebih adaptif terhadap teknologi digital.



Gambar 1. Distribusi Penggunaan E-Wallet oleh Responden
Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2025)

Dari segi tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan tinggi dengan rincian 48,3% lulusan sarjana, 28,6% lulusan diploma, 15,8% lulusan pascasarjana, dan sisanya 7,3% lulusan SMA. Tingkat pendidikan yang relatif tinggi ini mengindikasikan bahwa pengguna e-wallet umumnya memiliki akses informasi yang baik dan kemampuan kognitif yang memadai untuk memahami teknologi keuangan digital.

Berdasarkan pekerjaan, responden didominasi oleh karyawan swasta sebesar 52,7%, diikuti oleh wirausaha 21,3%, pegawai negeri sipil 14,5%, dan profesional atau freelancer 11,5%. Status pekerjaan ini berkaitan erat dengan pendapatan responden dimana 38,2% memiliki pendapatan bulanan antara 5 hingga 10 juta rupiah, 32,5% berpendapatan 3 hingga 5 juta rupiah, 18,4% berpendapatan di atas 10 juta rupiah, dan sisanya 10,9% berpendapatan di bawah 3 juta rupiah.

Terkait dengan perilaku penggunaan e-wallet, sebanyak 67,3% responden menggunakan lebih dari satu aplikasi e-wallet dengan kombinasi paling populer adalah GoPay dan OVO. Platform e-wallet yang paling banyak digunakan adalah GoPay dengan proporsi 38,7%, diikuti oleh OVO 32,4%, Dana 21,6%, dan ShopeePay 7,3%. Frekuensi penggunaan e-wallet menunjukkan bahwa 45,2% responden menggunakan e-wallet setiap hari, 37,9% menggunakannya 3-4 kali per minggu, dan 16,9% menggunakannya 1-2 kali per minggu.

3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan valid dan konsisten. Uji validitas menggunakan analisis convergent validity dan discriminant validity. Convergent

validity diukur melalui nilai loading factor dan Average Variance Extracted. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,70 dengan rentang nilai antara 0,742 hingga 0,889, yang menunjukkan bahwa setiap indikator mampu menjelaskan konstruk latennya dengan baik.

Nilai Average Variance Extracted untuk variabel literasi keuangan adalah 0,687, kemudahan teknologi 0,724, dan keputusan penggunaan e-wallet 0,698. Ketiga nilai AVE tersebut berada di atas threshold 0,50 yang mengindikasikan bahwa varians yang dapat dijelaskan oleh konstruk lebih besar dibandingkan varians yang disebabkan oleh error pengukuran. Hasil ini mengkonfirmasi bahwa instrumen penelitian memiliki convergent validity yang baik.

Discriminant validity diuji menggunakan kriteria Fornell-Larcker dan cross loading. Hasil analisis menunjukkan bahwa akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Nilai akar kuadrat AVE untuk literasi keuangan adalah 0,829, kemudahan teknologi 0,851, dan keputusan penggunaan e-wallet 0,835. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap konstruk lebih kuat menjelaskan indikator-indikatornya sendiri dibandingkan dengan indikator konstruk lainnya, yang mengkonfirmasi terpenuhinya discriminant validity.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan dua kriteria yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Nilai Cronbach's Alpha untuk literasi keuangan adalah 0,868, kemudahan teknologi 0,897, dan keputusan penggunaan e-wallet 0,881. Sementara itu, nilai Composite Reliability untuk literasi keuangan adalah 0,903, kemudahan teknologi 0,928, dan keputusan penggunaan e-wallet 0,912. Seluruh nilai berada di atas 0,70 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang sangat baik dan konsisten untuk mengukur konstruk yang dimaksud.

3.3 Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis outer model dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antara indikator dengan konstruk latennya. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator dari ketiga variabel penelitian memiliki nilai loading factor yang signifikan. Pada variabel literasi keuangan, indikator dengan loading factor tertinggi adalah pemahaman tentang produk keuangan digital dengan nilai 0,889, diikuti oleh keterampilan pengelolaan keuangan 0,862, pengetahuan keuangan dasar 0,821, dan sikap keuangan 0,795. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang produk keuangan digital merupakan aspek literasi keuangan yang paling kuat dalam menjelaskan konstruk literasi keuangan secara keseluruhan.

Untuk variabel kemudahan teknologi, indikator dengan loading factor tertinggi adalah mudah dioperasikan dengan nilai 0,879, diikuti oleh jelas dan mudah dipahami 0,858, mudah dipelajari 0,842, dan fleksibel dalam penggunaan 0,812. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan dalam pengoperasian aplikasi e-wallet merupakan aspek yang paling diperhatikan oleh pengguna generasi milenial.

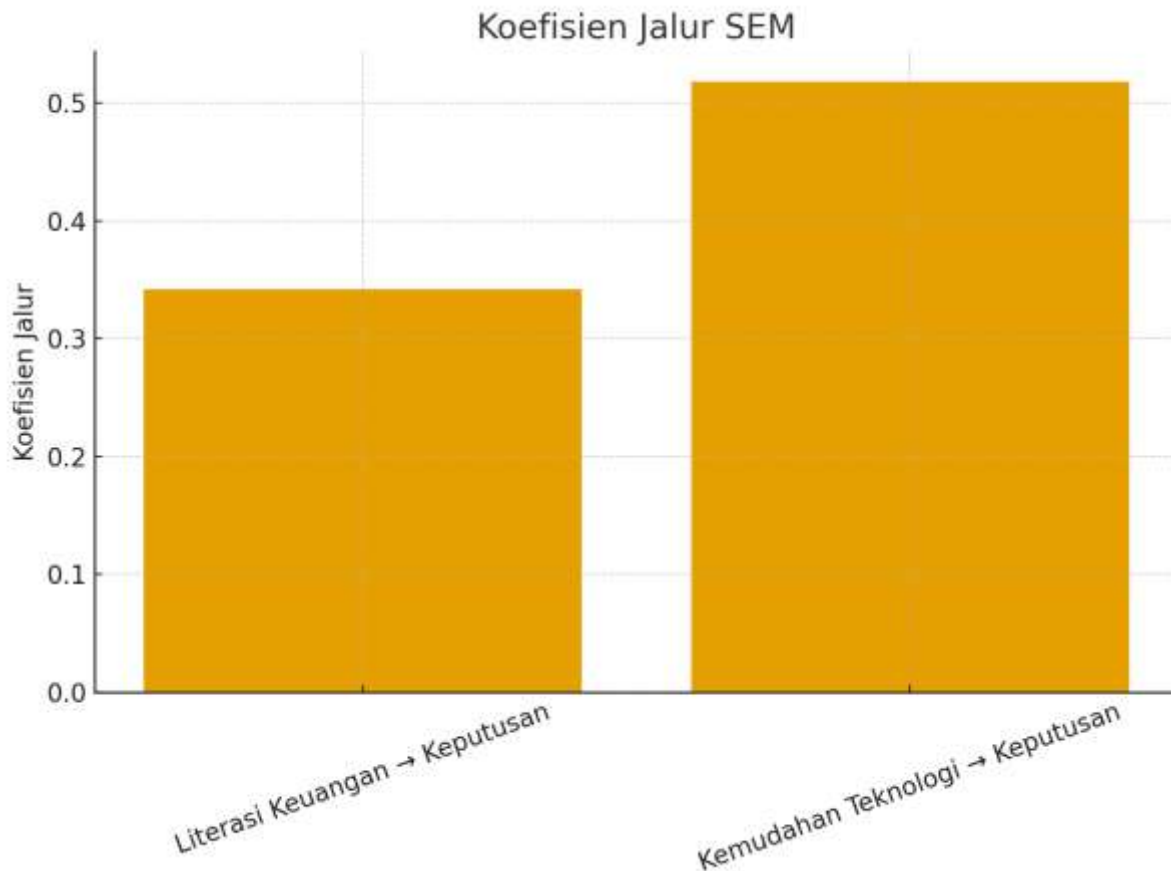
Pada variabel keputusan penggunaan e-wallet, indikator dengan loading factor tertinggi adalah intensitas penggunaan dengan nilai 0,871, diikuti oleh frekuensi penggunaan 0,856, loyalitas 0,834, dan variasi jenis transaksi 0,768. Hasil ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan merupakan cerminan paling kuat dari keputusan pengguna untuk mengadopsi e-wallet dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

3.4 Hasil Analisis Model Struktural (Inner Model)

Analisis inner model dilakukan untuk mengevaluasi hubungan kausal antara konstruk laten dalam model penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kualitas yang baik dengan nilai R-square sebesar 0,684. Hal ini mengindikasikan bahwa 68,4% variasi dalam keputusan penggunaan e-wallet dapat dijelaskan oleh literasi keuangan dan kemudahan teknologi, sementara 31,6% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Nilai f-square digunakan untuk mengevaluasi ukuran efek dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki nilai f-square sebesar 0,165 yang mengindikasikan efek kecil hingga menengah, sementara kemudahan teknologi memiliki nilai f-square sebesar 0,412 yang mengindikasikan efek yang besar. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan teknologi memiliki

kontribusi yang lebih besar dalam menjelaskan keputusan penggunaan e-wallet dibandingkan dengan literasi keuangan.



Gambar 2. Koefisien Jalur SEM antara Literasi Keuangan dan Kemudahan Teknologi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2025)

Uji predictive relevance menggunakan nilai Q-square menunjukkan hasil sebesar 0,521 yang berada di atas nol. Nilai ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki relevansi prediktif yang baik dan mampu memprediksi keputusan penggunaan e-wallet dengan akurat. Semakin tinggi nilai Q-square, semakin baik kemampuan model dalam memprediksi variabel endogen.

3.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik bootstrapping dengan 5000 resample untuk mengevaluasi signifikansi hubungan antar variabel. Hipotesis diterima jika nilai t-statistik lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05 pada tingkat kepercayaan 95%.

Hipotesis pertama menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan e-wallet. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki koefisien jalur sebesar 0,342 dengan nilai t-statistik 6,847 dan p-value 0,000. Nilai koefisien jalur yang positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin tinggi pula keputusan mereka untuk menggunakan e-wallet. Nilai t-statistik yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Morgan dan Trinh (2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap adopsi fintech. Individu dengan literasi keuangan yang tinggi memiliki pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan risiko penggunaan e-wallet, sehingga mereka lebih percaya diri untuk mengadopsi teknologi tersebut. Mereka juga lebih mampu mengevaluasi berbagai fitur yang ditawarkan oleh e-wallet dan memanfaatkannya untuk pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Dalam konteks generasi milenial di Indonesia, literasi keuangan memainkan peran penting dalam membantu mereka memahami berbagai promosi, cashback, dan reward yang ditawarkan oleh platform e-wallet. Pengguna dengan literasi keuangan yang baik dapat menghitung nilai ekonomi dari berbagai promosi dan membuat keputusan yang rasional apakah suatu promosi benar-benar menguntungkan atau hanya strategi marketing yang menarik secara visual tetapi tidak memberikan nilai tambah yang signifikan.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan e-wallet. Hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan teknologi memiliki koefisien jalur sebesar 0,518 dengan nilai t-statistik 9,326 dan p-value 0,000. Nilai koefisien jalur ini lebih besar dibandingkan dengan literasi keuangan, yang mengindikasikan bahwa kemudahan teknologi memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap keputusan penggunaan e-wallet. Dengan nilai t-statistik yang jauh lebih besar dari 1,96, maka hipotesis kedua diterima.

Temuan ini mengkonfirmasi teori Technology Acceptance Model yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* merupakan determinan penting dalam adopsi teknologi. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Ryu (2023) dan Aditya dan Wardhana (2020) yang menemukan pengaruh signifikan kemudahan penggunaan terhadap adopsi mobile payment. Dalam konteks generasi milenial yang menghargai efisiensi dan tidak ingin menghabiskan waktu untuk mempelajari sistem yang kompleks, kemudahan teknologi menjadi faktor yang sangat krusial.

Aplikasi e-wallet yang berhasil di Indonesia seperti GoPay, OVO, dan Dana telah menginvestasikan sumber daya yang signifikan dalam mengembangkan user interface yang intuitif dan user experience yang seamless. Fitur-fitur seperti registrasi cepat menggunakan nomor telepon, verifikasi identitas yang sederhana, scan QR code untuk pembayaran instan, dan integrasi dengan berbagai platform digital merupakan manifestasi dari prinsip kemudahan penggunaan yang menjadi kunci kesuksesan mereka dalam menarik pengguna generasi milenial.

3.6 Pembahasan Integrasi Temuan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik literasi keuangan maupun kemudahan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet, dengan kemudahan teknologi memiliki pengaruh yang lebih dominan. Temuan ini memberikan insight penting tentang faktor-faktor yang perlu diperhatikan oleh penyedia layanan e-wallet dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan aktif.

Dominasi kemudahan teknologi dalam mempengaruhi keputusan penggunaan e-wallet dapat dijelaskan dari perspektif perilaku konsumen digital generasi milenial. Generasi ini dikenal memiliki attention span yang pendek dan ekspektasi yang tinggi terhadap kecepatan dan kemudahan dalam berinteraksi dengan teknologi digital. Mereka terbiasa dengan aplikasi seperti Instagram, TikTok, dan Spotify yang menawarkan pengalaman pengguna yang sangat intuitif dan responsif. Ketika mengadopsi aplikasi baru seperti e-wallet, mereka membawa ekspektasi serupa dan tidak toleran terhadap aplikasi yang lambat, kompleks, atau sering mengalami error.

Namun demikian, peran literasi keuangan tidak boleh diabaikan meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan kemudahan teknologi. Literasi keuangan memiliki peran yang lebih subtle namun fundamental dalam mempengaruhi kedalaman dan kualitas penggunaan e-wallet. Data penelitian menunjukkan bahwa responden dengan literasi keuangan tinggi tidak hanya menggunakan e-wallet lebih sering tetapi juga menggunakannya untuk lebih banyak jenis transaksi termasuk fungsi-fungsi lanjutan seperti investasi mikro, asuransi digital, dan pengelolaan anggaran.

Interaksi antara literasi keuangan dan kemudahan teknologi juga menarik untuk dicermati. Responden dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih toleran terhadap kompleksitas teknologi karena mereka memahami manfaat yang akan mereka peroleh. Sebaliknya, responden dengan literasi keuangan rendah sangat bergantung pada kemudahan teknologi dalam membuat keputusan untuk menggunakan e-wallet. Hal ini mengimplikasikan bahwa strategi yang berbeda diperlukan untuk segmen pengguna yang berbeda.

Temuan penelitian ini juga memberikan perspektif baru tentang pentingnya pendekatan holistik dalam pengembangan ekosistem e-wallet. Fokus yang hanya pada aspek teknologi tanpa memperhatikan literasi keuangan pengguna dapat menghasilkan adopsi yang luas tetapi penggunaan yang superficial. Sebaliknya, fokus yang hanya pada edukasi literasi keuangan tanpa memastikan kemudahan penggunaan aplikasi dapat menghasilkan hambatan adopsi meskipun manfaatnya dipahami oleh calon pengguna.

Dari perspektif teoritis, penelitian ini memperkaya literatur tentang adopsi fintech dengan mengintegrasikan konstruk literasi keuangan ke dalam framework Technology Acceptance Model. Sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan TAM secara konvensional dengan fokus pada aspek teknologi seperti *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor human capital seperti literasi keuangan juga memiliki peran penting dan perlu diintegrasikan dalam model adopsi teknologi keuangan.

3.7 Implikasi Praktis

Temuan penelitian ini memiliki beberapa implikasi praktis yang penting bagi berbagai pemangku kepentingan dalam ekosistem e-wallet di Indonesia. Pertama, bagi penyedia layanan e-wallet, hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya investasi berkelanjutan dalam pengembangan user experience yang semakin baik. Peningkatan kemudahan penggunaan harus menjadi prioritas utama dalam roadmap pengembangan produk. Hal ini mencakup simplifikasi proses onboarding, optimalisasi kecepatan dan stabilitas aplikasi, penyederhanaan navigasi, dan penyediaan fitur bantuan yang responsif.

Kedua, penyedia layanan e-wallet perlu mengembangkan program literasi keuangan digital sebagai bagian dari strategi customer engagement. Program edukasi dapat diintegrasikan dalam aplikasi melalui tutorial interaktif, artikel edukatif, webinar, atau gamifikasi yang membuat pembelajaran menjadi menyenangkan. Penyedia layanan dapat berkolaborasi dengan lembaga pendidikan, komunitas, atau influencer untuk menyebarkan konten edukatif tentang pengelolaan keuangan digital yang bijak.

Ketiga, regulat or seperti Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan dapat menggunakan temuan ini untuk merancang kebijakan yang lebih efektif dalam mendorong inklusi keuangan digital. Program nasional literasi keuangan digital perlu diperkuat dengan fokus khusus pada generasi milenial dan generasi Z yang merupakan pengguna aktif teknologi digital. Kolaborasi antara regulator, industri, dan lembaga pendidikan dapat menciptakan ekosistem yang mendukung adopsi e-wallet yang sehat dan berkelanjutan.

Keempat, bagi institusi pendidikan khususnya perguruan tinggi, penelitian ini menunjukkan pentingnya mengintegrasikan konten tentang literasi keuangan digital dalam kurikulum. Program studi ekonomi, manajemen, dan teknologi informasi dapat mengembangkan mata kuliah atau modul khusus yang membahas tentang fintech, e-wallet, dan pengelolaan keuangan digital. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi milenial dan Z perlu dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan teknologi keuangan secara optimal dan bijak.

Kelima, dari perspektif user atau konsumen, penelitian ini memberikan awareness tentang pentingnya meningkatkan literasi keuangan digital untuk dapat memanfaatkan e-wallet secara optimal. Pengguna didorong untuk tidak hanya menggunakan e-wallet untuk transaksi sederhana tetapi juga mengeksplorasi fitur-fitur lanjutan yang dapat membantu pengelolaan keuangan pribadi seperti fitur budgeting, tracking pengeluaran, auto-saving, dan investasi mikro.

3.8 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan dalam menginterpretasi temuan. Pertama, penelitian ini menggunakan pendekatan cross-sectional yang mengambil data pada satu titik waktu tertentu. Pendekatan ini tidak dapat menangkap dinamika perubahan perilaku pengguna e-wallet dari waktu ke waktu. Penelitian longitudinal di masa depan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana literasi keuangan dan persepsi kemudahan teknologi berkembang seiring dengan pengalaman penggunaan.

Kedua, sampel penelitian terbatas pada pengguna e-wallet yang sudah aktif. Penelitian ini tidak mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi non-adopter atau individu yang belum menggunakan e-wallet. Penelitian di masa depan dapat mengeksplorasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh non-adopter dan bagaimana mengatasi hambatan tersebut untuk meningkatkan inklusi keuangan digital yang lebih luas.

Ketiga, penelitian ini fokus pada dua variabel utama yaitu literasi keuangan dan kemudahan teknologi. Meskipun kedua variabel ini mampu menjelaskan 68,4% variasi keputusan penggunaan e-wallet, masih terdapat 31,6% yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel-variabel lain seperti trust, social influence, perceived risk, promotional benefits, dan habit yang juga diketahui memiliki peran penting dalam adopsi teknologi keuangan digital.

Keempat, penelitian ini tidak membedakan antara berbagai platform e-wallet yang memiliki karakteristik dan positioning yang berbeda. Penelitian komparatif yang membandingkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan berbagai platform e-wallet dapat memberikan insight yang lebih spesifik dan actionable bagi setiap penyedia layanan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi keuangan dan kemudahan teknologi terhadap keputusan menggunakan layanan e-wallet di kalangan generasi milenial di Indonesia. Berdasarkan analisis data dari 385 responden menggunakan metode Structural Equation Modeling, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting. Pertama, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan e-wallet dengan koefisien jalur sebesar 0,342 dan t-statistik 6,847. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi dan menggunakan layanan e-wallet. Literasi keuangan membantu pengguna memahami manfaat finansial dari e-wallet, mengevaluasi berbagai fitur yang ditawarkan, dan menggunakan layanan tersebut secara optimal untuk pengelolaan keuangan pribadi. Kedua, kemudahan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan e-wallet dengan koefisien jalur sebesar 0,518 dan t-statistik 9,326. Pengaruh kemudahan teknologi lebih besar dibandingkan literasi keuangan, yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor dominan dalam keputusan generasi milenial untuk menggunakan e-wallet. Aplikasi yang mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dengan antarmuka yang intuitif, dan proses transaksi yang sederhana memiliki tingkat adopsi yang lebih tinggi. Ketiga, secara simultan literasi keuangan dan kemudahan teknologi mampu menjelaskan 68,4% variasi dalam keputusan penggunaan e-wallet. Nilai R-square ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kekuatan prediksi yang baik. Model ini juga memiliki relevansi prediktif yang baik dengan nilai Q-square sebesar 0,521, yang mengindikasikan kemampuan model dalam memprediksi perilaku penggunaan e-wallet. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan mengintegrasikan konstruk literasi keuangan ke dalam framework Technology Acceptance Model untuk konteks adopsi fintech. Penelitian ini memperkaya literatur tentang perilaku konsumen digital dengan menunjukkan bahwa adopsi teknologi keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknologi tetapi juga oleh kapasitas kognitif dan pengetahuan finansial pengguna. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan insight bagi penyedia layanan e-wallet untuk mengembangkan strategi dua arah yaitu meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi sambil juga mengedukasi pengguna tentang manfaat finansial dan cara menggunakan e-wallet secara bijak. Bagi regulator dan pembuat kebijakan, temuan ini menekankan pentingnya program literasi keuangan digital sebagai bagian dari strategi nasional inklusi keuangan. Beberapa rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian ini adalah penyedia layanan e-wallet perlu terus berinovasi dalam meningkatkan user experience melalui simplifikasi proses, optimalisasi performa aplikasi, dan pengembangan fitur-fitur yang user-friendly. Program literasi keuangan digital perlu dikembangkan dan diintegrasikan dalam aplikasi e-wallet melalui konten edukatif yang interaktif dan engaging. Kolaborasi antara industri, regulator, dan institusi pendidikan perlu diperkuat untuk menciptakan ekosistem yang mendukung adopsi e-wallet yang sehat dan berkelanjutan. Penelitian lanjutan perlu dilakukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi adopsi e-wallet serta melakukan studi longitudinal untuk memahami dinamika perilaku pengguna dari waktu ke waktu.

Referensi

1. Aditya, R., & Wardhana, A. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 88-97. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.2.88-97>

2. Aji, H. M., Berakon, I., & Husin, M. M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1804181. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
3. Azizah, S. N., & Suryani, T. (2021). Perilaku keuangan generasi milenial dalam penggunaan layanan fintech. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(3), 245-260. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i3.3145>
4. Firmansyah, D., Faisal, M., & Hamdani, N. A. (2021). Determinan adopsi e-wallet di Indonesia: Perspektif Technology Acceptance Model. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 67-78. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v6i1.7834>
5. Handayani, T., Sawitri, H. S. R., & Khasanah, I. (2022). Etnografi digital: Pengalaman penggunaan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari generasi milenial Jakarta. *Jurnal Sosioteknologi*, 21(1), 42-58. <https://doi.org/10.5614/sostek.2022.21.1.4>
6. Hidayat, M. R., Apriliani, V., & Santoso, B. (2021). Analisis user experience aplikasi e-wallet menggunakan metode usability testing. *Jurnal Sistem Informasi dan Komputer*, 10(2), 185-195. <https://doi.org/10.30865/json.v10i2.3021>
7. Kusuma, H., Wulandari, D., & Narmaditya, B. S. (2024). The role of customer service quality in e-wallet adoption among millennials. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(1), 112-125. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00215-8>
8. Lestari, D., Harahap, P., & Widyastuti, E. (2022). Dampak program literasi keuangan digital terhadap adopsi e-wallet: Studi eksperimental. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 26(4), 678-692. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v26i4.7345>
9. Morgan, P. J., & Trinh, L. Q. (2023). Fintech and financial literacy in the Lao PDR. *Journal of Asian Economics*, 84, 101583. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2022.101583>
10. Nugroho, A., Hidayanto, A. N., Sandhyaduhita, P. I., & Prabowo, H. (2023). The effect of regulation on e-wallet adoption in Indonesia: An institutional perspective. *Electronic Commerce Research*, 23(1), 467-498. <https://doi.org/10.1007/s10660-021-09476-2>
11. Phan, T. T. H., Nguyen, T. T., & Bui, T. A. (2020). Antecedents of mobile payment adoption: Extending the UTAUT2 model with financial literacy. *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 589-604. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.105.589.604>
12. Pradana, Y., & Sukarno, G. (2023). Perceived effort and millennial adoption of e-wallet: The moderating role of tech-savviness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72, 103273. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103273>
13. Prensky, M. (2021). Digital natives, digital immigrants revisited: The evolution of digital wisdom. *On the Horizon*, 29(1), 13-19. <https://doi.org/10.1108/OTH-08-2020-0029>
14. Putri, N. A., & Setiyorini, H. P. D. (2022). Pembentukan kebiasaan penggunaan e-wallet di kalangan generasi milenial: Peran habit strength dan commitment. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(2), 412-425. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.02.16>
15. Rahayu, S., & Kurniawan, A. (2023). Personalization and customization in e-wallet apps: Impact on user engagement among millennials. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 14(1), 89-108. <https://doi.org/10.7903/ijecs.2045>
16. Ramadhan, F., Prasetyo, Y. T., & Nadlifatin, R. (2021). Understanding e-wallet continuance usage intention: The role of utilitarian and hedonic value. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(4), 227. <https://doi.org/10.3390/joitmc7040227>
17. Ryu, H. S. (2023). Understanding benefit and risk framework of fintech adoption: Comparison of early adopters and late adopters. *Technology in Society*, 72, 102172. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102172>
18. Sastiono, P., Nuryakin, C., & Yusuf, A. A. (2021). Digital financial literacy and its impact on financial inclusion through fintech services. *International Journal of Business and Society*, 22(3), 1259-1277. <https://doi.org/10.33736/ijbs.4328.2021>
19. Scherer, R., Siddiq, F., & Tondeur, J. (2019). The technology acceptance model (TAM): A meta-analytic structural equation modeling approach to explaining teachers' adoption of digital technology in education. *Computers & Education*, 128, 13-35. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.09.009>
20. Setiawan, B., & Ikhsan, R. B. (2023). The nexus between financial literacy and e-wallet usage intensity among Indonesian millennials. *Cogent Economics & Finance*, 11(1), 2178482. <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2178482>
21. Susanto, P., Hoque, M. E., Hashim, N. M., Shah, N. U., & Alam, M. N. A. (2023). Moderating effects of perceived security on the perceived ease of use and trust relationship in m-payment adoption. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(2), 256-278. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2021-0001>
22. Widyastuti, U., Suhud, U., & Sumiati, A. (2022). Financial literacy, financial technology adoption, and customer loyalty: Evidence from Indonesian e-wallet users. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 33(3), 412-428. <https://doi.org/10.1891/JFCP-21-00008>
23. Wijaya, S., & Darudiato, S. (2020). User experience evaluation of e-wallet applications in Indonesia. *Journal of Systems and Information Technology*, 22(4), 367-382. <https://doi.org/10.1108/JSIT-03-2020-0041>
24. Windasari, N. A., Kusumawati, N., Larasati, N., & Amelia, R. P. (2022). Digital-only banking experience: Insights from gen Y and gen Z. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100170. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100170>