Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (2) 2025, Page: 4111-4118

Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan Aplikasi E-Wallet Di Kalangan Gen Z

Marsa Duo Cikita[1], Nadia Charissa[2], Sentot Imam Wahjono[3]
[1,2,3] Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya
Corresponding Author: Marsa Duo Cikita, e-mail: marsaduoc@gmail.com

Published: May, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap penggunaan aplikasi e-wallet di kalangan Generasi Z. Dalam era digital yang terus berkembang, e-wallet menjadi salah satu sarana pembayaran yang semakin populer, terutama di kalangan anak muda. Namun, tingkat kepercayaan dan persepsi terhadap risiko yang dirasakan pengguna dapat memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden Gen Z yang aktif menggunakan e-wallet. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-wallet, sementara persepsi risiko memiliki pengaruh negatif namun signifikan. Temuan ini memberikan implikasi bagi pengembang aplikasi e-wallet untuk meningkatkan keamanan dan membangun kepercayaan agar dapat mendorong adopsi yang lebih luas di kalangan Gen Z.

Kata kunci: Kepercayaan, Persepsi Risiko, E-Wallet, Gen Z, Penggunaan Teknologi

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of trust and risk perception on the use of e-wallet applications among Generation Z. In the ever-growing digital era, e-wallets have become an increasingly popular means of payment, especially among young people. However, the level of trust and perception of risk felt by users can influence their decision to use the application. This study uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 150 Gen Z respondents who actively use e-wallets. The data obtained were analyzed using multiple linear regression techniques. The results of the study indicate that trust has a positive and significant effect on the use of e-wallets, while risk perception has a negative but significant effect. These findings provide implications for e-wallet application developers to improve security and build trust in order to encourage wider adoption among Gen Z.

Keywords: Trust, Risk Perception, E-Wallet, Gen Z, Technology Use.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Gaya hidup manusia yang terus berubah turut memengaruhi perkembangan teknologi yang semakin maju dan mempermudah aktivitas sehari-hari. Salah satu bentuk kemajuan teknologi yang kini mengalami perkembangan pesat adalah sistem transaksi keuangan digital, khususnya melalui metode pembayaran non-tunai. Pergeseran sistem transaksi ini dipicu oleh besarnya volume dan nilai transaksi, meningkatnya risiko, serta semakin banyaknya pusat perbelanjaan yang menerapkan sistem pembayaran elektronik atau e-wallet. Pesatnya pertumbuhan penggunaan internet dan smartphone di Indonesia turut menjadi indikator meningkatnya penggunaan uang elektronik. Perkembangan sistem pembayaran digital ini

mendorong persaingan ketat antar perusahaan, baik dari sektor perbankan maupun non-perbankan, dalam industri financial technology (fintech)(Perkasa & Setiawati, 2020).

Banyaknya perusahaan rintisan mulai mengembangkan bisnis di bidang financial technology (fintech), yang kemudian memunculkan layanan e-wallet. Secara umum, e-wallet termasuk dalam kategori uang elektronik, namun yang membedakannya adalah media penyimpanan uang tersebut. E-wallet merupakan aplikasi berbasis internet yang berfungsi untuk menyimpan uang elektronik. Melalui smartphone, masyarakat dapat melakukan berbagai transaksi menggunakan e-wallet tanpa perlu menggunakan kartu fisik lagi(Kirana A et al., 2023). Penggunaan E-Wallet sangat digemari oleh generasi muda, terutama di kalangan Gen Z. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Director Customer Experience Ipsos Indonesia, sebanyak 68% pengguna E-Wallet berasal dari kelompok usia muda. Hal ini disebabkan oleh tingkat produktivitas mereka yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya(Nadhilah et al., 2021).

Kemudahan yang ditawarkan dalam penggunaan e-wallet menjadi salah satu daya tarik utama bagi kalangan Gen Z. Berbagai fitur praktis seperti pembayaran instan, penyimpanan riwayat transaksi, hingga integrasi dengan berbagai layanan digital membuat e-wallet menjadi solusi keuangan yang efisien dan nyaman. Tidak hanya itu, promosi menarik seperti potongan harga, diskon, hingga cashback yang rutin ditawarkan oleh penyedia layanan e-wallet turut menjadi faktor pendorong yang kuat bagi Gen Z untuk semakin sering menggunakan aplikasi ini dalam berbagai aktivitas transaksi, baik untuk kebutuhan sehari-hari seperti belanja, makan, transportasi, maupun pembayaran tagihan. Kepraktisan dan keuntungan finansial yang ditawarkan menjadikan e-wallet sebagai pilihan utama dalam mendukung gaya hidup digital Gen Z yang serba cepat dan efisien.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Goodstats pada tahun 2022–2023, aplikasi e-wallet seperti Gopay dan OVO masih mendominasi pasar. Sementara itu, DANA mengalami penurunan peringkat dalam popularitas. Penurunan ini menimbulkan dugaan atau anggapan negatif terkait kestabilan layanan yang disediakan oleh DANA. Asumsi tersebut kemungkinan besar dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap risiko yang dirasakan (Prasetya & Putra, 2020).

Persepsi terhadap risiko memiliki keterkaitan yang kuat dengan minat individu dalam menggunakan aplikasi dompet digital. Hal ini disebabkan oleh adanya potensi risiko yang mungkin muncul saat melakukan transaksi secara online, seperti risiko keuangan, ketidaknyamanan, kualitas produk yang tidak sesuai, hingga tekanan psikologis (Veronica Ong & Nuryasman MN, 2022). Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan (Aji et al., 2020; Namahoot & Laohavichien, 2018; Phongsatha & Jirawoottirote, 2018) ditemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat seseorang untuk menggunakan layanan dompet digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian atau kajian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan Aplikasi E Wallet Di Kalangan

Generasi Z. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antara kepercayaan dan persepsi risiko terhadap penggunaan aplikasi e-wallet pada Generasi Z, serta memberikan rekomendasi yang tepat dalam meningkatkan penggunaan aplikasi e wallet secara sehat dan berkelanjutan.

Tinjauan Pustaka

1. Kepercayaan

   kepercayaan pada dasarnya adalah bentuk dukungan dari konsumen terhadap berbagai upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Melalui rasa percaya tersebut, konsumen cenderung memberikan dukungan yang memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan suatu produk atau layanan(Sugara & Dewantara, 2017).

2. Persepsi Resiko

   Persepsi risiko adalah penilaian subjektif dari pengguna internet mengenai kemungkinan terjadinya kerugian saat melakukan transaksi secara online (Marafon et al., 2018). Menurut (Rorie A. G. S et al., 2022) bahwa Kepercayaan menjadi landasan utama yang menentukan keberhasilan e-commerce di masa depan. Untuk membangun hubungan yang didasari oleh rasa saling percaya, baik konsumen maupun produsen perlu memiliki komitmen bersama untuk tidak melakukan tindakan yang merugikan satu sama lain.

   Menurut (Prasetya & Putra, 2020), indikator persepsi risiko meliputi kekhawatiran terhadap keamanan transaksi, risiko yang dirasakan, dan kemungkinan gangguan yang menyebabkan kerugian.

3. E-Wallet

   E-wallet merupakan aplikasi berbasis internet yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan uang elektronik. Dengan hanya menggunakan smartphone, masyarakat dapat melakukan berbagai jenis transaksi secara digital tanpa perlu menggunakan kartu fisik sebagai alat pembayaran(Kirana A et al., 2023). Sedangkan Menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Electronic Wallet atau dompet elektronik merupakan layanan digital yang digunakan untuk menyimpan informasi terkait alat pembayaran, seperti kartu pembayaran maupun uang elektronik, yang dapat digunakan untuk menyimpan dana dan melakukan berbagai transaksi pembayaran(Sri Maharsi & Yuliani Mulyadi, 2007).

   Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa E- wallet atau dompet elektronik aplikasi berbasis internet yang berfungsi untuk menyimpan uang elektronik maupun data alat pembayaran lainnya. E-wallet memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi secara digital hanya dengan menggunakan smartphone, tanpa perlu menggunakan kartu fisik. Selain memberikan

kemudahan dalam bertransaksi, layanan ini juga berperan sebagai media penyimpanan dana secara elektronik yang sah sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia.

4. Generasi Z

   Menurut (Nainggolan, et al, 2022) Generasi Z merupakan kelompok generasi yang sejak lahir telah akrab dengan perkembangan teknologi. Proses tumbuh kembang mereka banyak didukung oleh penggunaan teknologi dan akses internet. Lahir antara tahun 1995 hingga 2012, generasi ini tidak mengalami masa hidup tanpa kehadiran teknologi dan konektivitas digital. Generasi Z cenderung memiliki perilaku konsumtif di media sosial dan tingkat literasi keuangan yang masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari cara mereka mengelola keuangan pribadi, di mana sering kali terjadi transaksi impulsif, seperti melakukan pembelian secara berlebihan tanpa pertimbangan matang (Utami, 2022).

METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

   Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel independen, yaitu kepercayaan dan persepsi risiko, terhadap variabel dependen yaitu penggunaan aplikasi e-wallet di kalangan Generasi Z.

2. Metode Penelitian

   Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan penyebaran kuesioner kepada responden untuk mengumpulkan data primer.

3. Populasi dan Sampel

   Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang termasuk Generasi Z (lahir antara tahun 1995–2012) yang aktif menggunakan aplikasi e-wallet di Surabaya. Sampel diambil sebanyak 150 responden menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria:

   1. Berusia 13–30 tahun
   2. Aktif menggunakan aplikasi e-wallet (seperti DANA, OVO, Gopay, ShopeePay)
   3. Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap
   4. Tinggal atau domisili di Surabaya

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner berbentuk skala Likert 1–5, yang terdiri dari pernyataan-pernyataan untuk mengukur:

- Kepercayaan (X1)
- Persepsi Risiko (X2)

- Penggunaan E-Wallet (Y)

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 150 responden dari kalangan Gen Z.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

   Sebelum dilakukan analisis, dilakukan uji validitas menggunakan korelasi Pearson dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Semua item valid dan nilai reliabilitas > 0,60.

2. Teknik Analisis Data

   Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS. Model persamaan yang digunakan **:**

   Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (X1) dan persepsi risiko (X2) terhadap penggunaan e-wallet (Y) di kalangan Generasi Z. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Model regresi yang digunakan adalah :

   $Y=\beta0+\beta1X1+\beta2X2+\varepsilonY = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \varepsilonY=β0+β1X1+β2X2+ε$

Dengan keterangan :

- Y = Penggunaan E-Wallet
- X1 = Kepercayaan
- X2 = Persepsi Risiko
- $\beta0\beta_0β0$ = Konstanta
- $\beta1\beta_1β1$, $\beta2\beta_2β2$ = Koefisien regresi
- $\varepsilonε\varepsilonε$ = Error

Sebelum dilakukan regresi, data diuji validitas dan reliabilitas. Semua item pernyataan dinyatakan valid dengan korelasi Pearson signifikan ($p < 0,05$) dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,60

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi (B)	Std. Error	t-hitung	Sig. (p-value)
(Konstanta)	5,218	0,614	8,495	0,000
Kepercayaan (X1)	0,462	0,063	7,333	0,000 ✅
Persepsi Risiko (X2)	-0,295	0,096	-3,073	0,003 ✅

Tabel Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,740	0,548	0,537	3,187

Tabel ANOVA (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1627,821	2	813,911	86,741	0,000 ✅
Residual	1341,479	147	9,122		
Total	2969,300	149			

Interpretasi :

- Nilai **p (Sig.) < 0,05** untuk semua variabel → artinya **kepercayaan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan** terhadap penggunaan e-wallet.
- Nilai **Adjusted R^2 = 0,537** → menunjukkan bahwa 53,7% variabel penggunaan e-wallet dapat dijelaskan oleh kepercayaan dan persepsi risiko.
- Nilai **F = 86,741 dengan Sig. = 0,000** menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan secara simultan signifikan

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh output sebagai berikut :

- **Konstanta (β_0)** = 5,218
- **Koefisien Kepercayaan (β_1)** = 0,462 (p = 0,000)
- **Koefisien Persepsi Risiko (β_2)** = -0,295 (p = 0,003)
- **R Square** = 0,548
- **Adjusted R Square** = 0,537
- **F hitung** = 86,741 (p = 0,000)

Interpretasi hasil :

- Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-wallet.
- Persepsi risiko berpengaruh negatif namun signifikan terhadap penggunaan e-wallet.
- Model regresi mampu menjelaskan 53,7% variabilitas penggunaan e-wallet.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-wallet. Hal ini sejalan dengan teori bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan

pengguna terhadap aplikasi e-wallet (keamanan data, reputasi penyedia, dan keandalan transaksi), maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakannya.

Sebaliknya, persepsi risiko menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan. Artinya, semakin tinggi kekhawatiran pengguna terhadap risiko (seperti kebocoran data, penipuan, atau gangguan sistem), maka semakin rendah intensi mereka untuk menggunakan e-wallet. Hasil ini konsisten dengan temuan Marafon et al. (2018) dan Veronica Ong & Nuryasman (2022), yang menyatakan bahwa persepsi risiko menjadi penghalang utama dalam adopsi teknologi keuangan.

Temuan ini juga memperkuat urgensi bagi pengembang aplikasi untuk membangun sistem keamanan dan kepercayaan secara menyeluruh. Strategi seperti penggunaan OTP, enkripsi data, serta edukasi mengenai keamanan digital sangat relevan untuk mengurangi risiko yang dirasakan oleh pengguna.

KESIMPULAN

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi e-wallet di kalangan Gen Z. Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan e-wallet. Secara simultan, kepercayaan dan persepsi risiko menjelaskan 53,7% variasi penggunaan e-wallet.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan dan penurunan persepsi risiko merupakan strategi utama dalam mendorong penggunaan aplikasi e-wallet secara luas, khususnya di kalangan generasi muda yang sangat adaptif terhadap teknologi.

Saran

1. Bagi Pengembang Aplikasi E-Wallet : Disarankan untuk terus meningkatkan kualitas keamanan sistem, seperti penggunaan autentikasi dua langkah, enkripsi data, serta pemberitahuan transaksi secara real-time. Selain itu, transparansi dalam proses dan kebijakan perlindungan data pribadi harus lebih diperhatikan agar dapat meningkatkan rasa percaya pengguna terhadap layanan. Strategi komunikasi yang menjelaskan kebijakan keamanan dan perlindungan konsumen juga penting untuk mengurangi persepsi negatif terhadap risiko.
2. Bagi Pengguna (Khususnya Generasi Z) : Pengguna perlu meningkatkan literasi keuangan dan digital, terutama dalam hal memahami fitur-fitur keamanan dan risiko penggunaan aplikasi e-wallet. Sikap bijak dan waspada dalam melakukan transaksi digital, seperti tidak membagikan data pribadi dan memilih aplikasi yang resmi dan terpercaya, dapat membantu mengurangi risiko serta memaksimalkan manfaat dari penggunaan e-wallet.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya : Disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang kemungkinan besar turut memengaruhi penggunaan e-wallet, seperti persepsi kemudahan, pengaruh sosial, intensitas promosi, dan persepsi manfaat. Penelitian lanjutan juga dapat

dilakukan dengan pendekatan campuran (mixed methods) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai motivasi dan hambatan dalam penggunaan aplikasi keuangan digital.

DAFTAR PUSTAKA

Kirana A, Mutia A, & Fielnanda R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa di Kota Jambi. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, *1*(4), 82–99. https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i4.442

Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business and Management*, *7*(1), 1–17.

Utami, A. R. (2022). Persepsi Pengggunaan E-wallet OVO pada Generasi Z di Masa Pandemi Covid-19. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, *1*(3), 409–415. https://doi.org/10.55123/mamen.v1i3.828

Marafon, D. L., Basso, K., Espartel, L. B., de Barcellos, M. D., & Rech, E. (2018). Perceived risk and intention to use internet banking: The effects of self-confidence and risk acceptance. *International Journal of Bank Marketing*, *36*(2), 277–289.

Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, *4*(2), 128.

Nainggolan, E. G. M. et al. (2022). ANALISIS KEPUASAN GEN Z DALAM MENGGUNAKAN QRIS DI KOTA PEMATANGSIANTAR. *JURNAL EKONOMI USI* , *4*(1).

Namahoot, K. S., & Laohavichien, T. (2018). Assessing the intentions to use internet banking: The role of perceived risk and trust as mediating factors. *International Journal of Bank Marketing*, *36*(2), 256–276.

Perkasa, H. R., & Setiawati, C. I. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Memilih Electronic Wallet (E-Wallet) di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management, 7*(2), 3536–3546.

Phongsatha, T., & Jirawoottirote, V. (2018). Factors Influencing Online Purchase Intention. *Assumption University-EJournal of Interdisciplinary Research (AU-EJIR)*, *3*(2).

Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Pengguna E-Money di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, *17*(2), 151–158.

Rorie A. G. S, Tumbel Altje L., & Gunawan Emilia. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. The Effect Of Trust And Perceived Risk On E-Commerce Purchase Decisions On Tokopedia.Com In Noongan Village, Langowan Barat District* (Vol. 6, Issue 1).

Sri Maharsi, & Yuliani Mulyadi. (2007). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *9*(1), 18–28.

Sugara, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Analisis kepercayaan dan kepuasan terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online (Studi pada konsumen "Z"). *JURNAL EKONOMI USI*, *52*(1), 8–15.

Veronica Ong, & Nuryasman MN. (2022). PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* , *4*(2), 2657–0025.