

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
PERSEPSI RISIKO, LITERASI KEUANGAN TERHADAP  
MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* DALAM  
PERSPEKTIF BISNIS ISLAM**

(Studi Pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)

**Skripsi**

**FITRIA NINGSIH  
NPM : 1951040309**



**Program Studi Manajemen Bisnis Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H / 2023 M**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
PERSEPSI RISIKO, LITERASI KEUANGAN TERHADAP  
MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* DALAM  
PERSPEKTIF BISNIS ISLAM  
(Studi Pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1  
Dalam Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh :

**Fitria Ningsih  
NPM : 1951040309**

**Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah**

**Pembimbing I : Rosydalena Putri, S.E., M.S.AK., AKT., CA  
Pembimbing II : Suhendar, S.E., M.S.AK., AKT**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H / 2023 M**

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman transaksi dilakukan tidak hanya menggunakan uang kartal dan giral, melainkan melalui *Fintech* yaitu *E-Wallet*. Dengan adanya *e-wallet*, masyarakat dapat membawa uang menjadi lebih praktis. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*, (2) apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*, (3) apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* dan (4) bagaimana tinjauan bisnis Islam mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, literasi keuangan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *e-wallet*, (2) pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-wallet*, (3) pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *e-wallet* dan (4) untuk mengetahui persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, literasi keuangan dan minat penggunaan dalam perspektif bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan rumus Lemeshow. Metode analisis data menggunakan SmartPLS4. Uji analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini yaitu (1) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*, (2) persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*, (3) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*, (4) Dalam perspektif bisnis Islam, *e-wallet* halal untuk digunakan selama tidak ada dalil yang melarang dan tidak adanya transaksi haram. Selain itu, *e-wallet* juga dapat memberikan kemaslahatan bagi masyarakat karena dapat bertransaksi dengan mudah dan cepat.

**Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan, Minat Penggunaan, E-Wallet.**

## **ABSTRACT**

*Along with the development of the times, transactions are carried out not only using currency and demand deposits, but through Fintech, namely E-Wallet. With the e-wallet, people can bring money more practically. The formulation of the problems in this study are (1) does perceived ease of use affect interest in using e-wallet, (2) does perceived risk affect interest in using e-wallet, (3) does financial literacy affect interest in using e-wallet and (4) what is the review of Islamic business regarding perceived ease of use, perceived risk, financial literacy on interest in using e-wallets. This study aims to analyze: (1) the effect of perceived ease of use on the intention to use e-wallet, (2) the effect of perceived risk on the intention to use e-wallet, (3) the effect of financial literacy on the intention to use e-wallet and (4) to determine perceived ease of use, perceived risk, financial literacy and intention to use in an Islamic business perspective.*

*This research uses quantitative methods. The number of samples is 100 respondents using the Lemeshow formula. The data analysis method uses SmartPLS4. The data analysis test used is validity test, reliability test and hypothesis test.*

*The results of this study are (1) perceived ease of use has a positive and significant effect on the intention to use e-wallet, (2) perceived risk has a negative and significant effect on the intention to use e-wallet, (3) financial literacy has a positive and significant effect on the intention to use e-wallet -wallet, (4) In an Islamic business perspective, e-wallets are halal to use as long as there are no arguments against it and there are no illegal transactions. In addition, e-wallets can also benefit the community because they can make transactions easily and quickly.*

***Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Financial Literacy, Interest in Using, E-Wallet.***



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131 Telp.(0721)703260

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fitria Ningsih  
NPM : 1951040309  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri bukan duplikasi ataupun tiruan dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Juni 2023

**Penulis,**



**Fitria Ningsih**

**NPM. 1951040309**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**  
**LAMPUNG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi

“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)”

Nama

: Fitria Ningsih

NPM

: 1951040309

Program Studi

: Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas

: Ekonomi Dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

**Rosydalina Putri, S.E., M.S.AK., AKT., CA**

**NIP.198710182018012001**

Pembimbing II

**Suhendar, S.E., M.S.AK., AKT**

**NIP.198510302019031004**

**Ketua Jurusan**

**Dr. Ahmad Habibie, S.E., M.E.**

**NIP.197905142003121003**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**  
**LAMPUNG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame 1 Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan Judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)” disusun oleh, Fitria Ningsih, NPM : 1951040309, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : Selasa, 15 Agustus 2023.

**Tim Penguji**

**Ketua** : H. Supaijo, S.H., M.H.

**Sekretaris** : Andueriganta Fadhlihi, M.A.

**Penguji I** : Dr. Muhammad Iqbal, M.E.I.

**Penguji II** : Rosydalina Putri, S.E., M.S.AK., AKT., CA

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Prof. Dr. Tulis Suryanto, M.M., Akt., C.A**  
**NIP. 197009262008011008**

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*  
(QS. Al-Insyirah [94]:5-6).





## PERSEMBAHAN

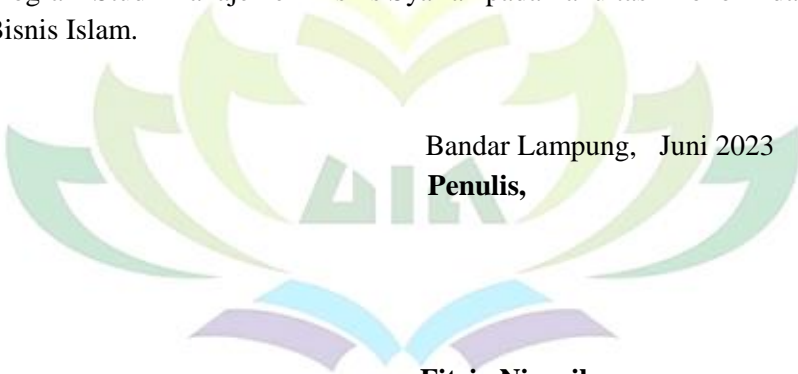
Dengan penuh rasa syukur Allhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan dan saya dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada :

1. Kedua orang tuaku yang tercinta, Ayahanda Hasari dan Ibunda Khusniati terimakasih atas dukungannya yang senantiasa dalam setiap sujudnya selalu mendoakan untuk keberhasilan anak-anak tercintanya. Terimakasih atas limpahan kasih sayang dalam untaian doa serta dukungan materi yang tak terhitung dan terbalas. Semoga menjadi amal jariyah, selalu dalam keberkahan juga perlindungan Allah SWT.
2. Adikku tersayang, M. Raihan Yumna yang selalu mendukung, memotivasi dan selalu memberikan semangat untukku. Serta seluruh kerabat keluarga besar berkat do'a maupun motivasinya penulis dapat menyelesaikan ini dengan baik.
3. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung yang menjadi wadah untuk belajar dan mencari pengalaman serta pengembangan kemampuan.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Fitria Ningsih, lahir di Teluk Betung pada tanggal 27 Desember 2000, yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara, putri dari pasangan Bapak Hasari dan Ibu Khusniati.

Pendidikan penulis bermula di SDN 05 Bumi Waras, menempuh pendidikan selama 6 tahun dan selesai pada tahun 2012, kemudian penulis melanjutkan sekolah di SMP N 6 Bandar Lampung dan selesai pada Tahun 2015, setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 4 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2018. Pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan mengambil Program Studi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



Bandar Lampung, Juni 2023  
**Penulis,**

**Fitria Ningsih**  
**NPM. 1951040309**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Waabarakatuh*

Puji syukur kupersembahkan atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)”. Skripsi ini sebagai syarat menyelesaikan Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang memotivasi mahasiswanya.
2. Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Ibu Rosydalina Putri, S.E., M.S.AK., CA selaku Dosen Pembimbing Akademik I yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan motivasi serta pengarahan yang sangat berarti bagi penulis.
4. Bapak Suhendar, S.E., M.S.AK., AKT selaku Dosen Pembimbing Akademik II yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah banyak membagi ilmu, membantu serta memberikan masukan-masukan yang InsyaAllah dapat menjadi pedoman dan bekal untuk penulis.
6. Ayah, Ibu, dan Adikku yang tiada henti mendoakan dan memberikan support kepada kepada penulis selama proses perkuliahan berlangsung dari awal sampai akhir ini.
7. Seluruh sahabat-sahabatku terkhusus kepada Dini Ariska Putri, Mega Ayu, Dilla Aulianti, Nurhaliza, Tamara Damayanti, Ika Clindrika Priseptia, Karnilah, Eka Mei Dilasari, Fitri Rachmawati.

Terimakasih selalu setia mendengarkan keluh kesah dan selalu memberi support sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh teman-teman kampusku, terutama MBS Kelas D Angkatan 2019.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, penulis mohon maaf dan kepada Allah SWT mohon ampun. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Waabarakatuh*

Bandar Lampung, Juni 2023

**Penulis,**

**Fitria Ningsih**

**NPM. 1951040309**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>vii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian .....	13
F. Manfaat Penelitian .....	14
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	14
H. Sistematika Penulisan .....	18

### **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

A. Teori Yang Digunakan.....	19
1. Teori Perilaku Konsumen .....	19
2. <i>Tecknologi Acceptance Model (TAM)</i> .....	21
3. Teori Motivasi .....	23
4. Teori Konsumsi Islami.....	25
5. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	29
6. Persepsi Risiko.....	32
7. Literasi Keuangan .....	36
8. Minat Penggunaan .....	40
9. <i>E-Wallet</i> .....	44

B. Kerangka Pemikiran.....	48
C. Pengajuan Hipotesis.....	49

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	55
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	55
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data... ..	55
D. Definisi Operasional Variabel.....	57
E. Instrumen Penelitian .....	65
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	66
G. Uji Hipotesis .....	67

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data .....	69
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	69
2. Deskripsi Responden .....	70
B. Hasil Penelitian.....	72
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	72
2. Uji Hipotesis .....	76
3. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis .....	78
C. Pembahasan .....	78

### **BAB V PENUTUP**

A. Simpulan.....	91
B. Rekomendasi.....	92

### **DAFTAR RUJUKAN**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 : Nilai Transaksi Uang Elektronik .....	5
Tabel 3.1 : Definisi Variabel Operasional .....	56
Tabel 3.2 : Skala Likert .....	66
Tabel 4.1 : Jumlah Penduduk Kota Bandar lamp4ng menurut kecamatan Tahun 2021 .....	69
Tabel 4.2 : <i>Loading Factor</i> .....	73
Tabel 4.3 : <i>Loading Factor</i> .....	74
Tabel 4.4 : <i>Cronbach's Alpha</i> dan AVE.....	75
Tabel 4.5 : <i>Total Effect</i> .....	76
Tabel 4.6 : <i>R-square</i> .....	77
Tabel 4.7 : Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	78



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 : Jumlah Pengguna <i>E-Wallet</i> .....	5
Gambar 1.2 : Alasan Pengguna Tidak Berminat Menggunakan <i>E-Wallet</i> .....	6
Gambar 1.3 : Pangsa Pasar Dompot Digital Tahun 2020.....	10
Gambar 2.1 : Model <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	21
Gambar 2.2 : Hirarki Kebutuhan Maslow .....	23
Gambar 2.3 : Kerangka Berfikir .....	49
Gambar 4.1 : Tampilan <i>output model</i> pengukuran ( <i>outer model</i> ).	72
Gambar 4.2 : Tampilan <i>output model</i> pengukuran ( <i>outer model</i> ).	74





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Daftar Seluruh Jawaban Angket Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 7 : *R-square*
- Lampiran 8 : Dokumentasi



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan terhindar dari kekeliruan dalam memahami judul yang dimaksud oleh penulis, maka kiranya judul skripsi ini perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul ini. Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)”**. Untuk menghindari kesalahpahaman dan memahami judul skripsi, maka terlebih dahulu diperlukan penegasan terhadap kata-kata penting sebagai berikut :

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.<sup>1</sup> Dalam hal ini pengaruh lebih condong kedalam sesuatu yang dapat membawa perubahan pada perilaku seseorang atau lebih tepatnya berpengaruh pada masyarakat pengguna *e-wallet* yang merupakan manusia yang mengalami perkembangan zaman dengan adanya kemajuan teknologi yang dapat mengemukakan persepsi mereka dengan teknologi tersebut seperti kemudahan penggunaan, risiko maupun literasi keuangan yang akhirnya berpengaruh pada minat masyarakat menggunakan *e-wallet*.
2. Persepsi (*Perceived*) adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu ataupun proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya.<sup>2</sup> Proses tersebut menimbulkan adanya tanggapan, dan terbentuklah suatu persepsi. Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh persepsi

---

<sup>1</sup> Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Alfabeta, 2011).

<sup>2</sup> Kemdikbud, “Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring,” accessed November 25, 2022, [kbbi.kemdikbud.go.id](http://kbbi.kemdikbud.go.id).

kemudahan, risiko, literasi keuangan terhadap penggunaan *e-wallet*.

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan adalah sebuah tingkat rasa percaya seseorang terhadap suatu teknologi bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami.<sup>3</sup> Dalam artian, persepsi kemudahan penggunaan dalam masyarakat dapat memunculkan minat menggunakan *e-wallet* apabila teknologi tersebut dapat mudah digunakan dan dipahami.
4. Persepsi risiko selalu dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya sesuatu yang merugikan yang tidak diduga/tidak diinginkan. Jadi, persepsi risiko merupakan ketidakpastian atau kemungkinan terjadinya sesuatu, yang apabila terjadi akan mengakibatkan kerugian.<sup>4</sup>
5. Literasi Keuangan adalah pengetahuan yang membuat seseorang mengetahui apa, bagaimana, di mana, mengapa, dan kapan untuk melakukan kegiatan finansial atau mengetahui tentang produk-produk finansial. Literasi keuangan juga memberikan seseorang kemampuan untuk menggunakan pengetahuan yang dimilikinya ke dalam kehidupan nyata, seperti dengan melakukan transaksi di internet dengan menggunakan *e-wallet* dan lain-lain.<sup>5</sup>
6. Minat penggunaan merupakan situasi seseorang dimana seseorang menerima dorongan dari luar dirinya yang dilihatnya kemudian timbul rasa ketertarikan dan keinginan untuk menggunakan, mencoba atau memiliki produk tersebut.<sup>6</sup> Dalam artian, minat menggunakan *e-wallet* didefinisikan sebagai

---

<sup>3</sup> Andhika Bayu Pratama and I Dewa Gede Dharma Saputra, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik," *E-Jurnal Akuntansi* 27, no. 2 (2019): 927, <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>.

<sup>4</sup> Dewi Indriani Jusuf, *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online* (Yogyakarta: ANDI, 2018), 49.

<sup>5</sup> Veronica Ong and Nuryasman MN, "Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Pengguna LINKAJA," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2022): 516–24.

<sup>6</sup> Salepa Celik Misrami Afolo and Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi, "Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan," *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 13, no. 2 (2022): 267–77, <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>.

tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Suatu aktivitas akan dilakukan atau tidak bergantung pada minat seseorang terhadap aktivitas tersebut.

7. *E-Wallet* adalah aplikasi elektronik yang memungkinkan pelanggannya melakukan transaksi secara online melalui smartphone secara mudah, cepat dan aman.<sup>7</sup>
8. OVO adalah aplikasi smart yang memberikan kemudahan untuk melakukan pembayaran dan transaksi secara online. OVO digunakan untuk transaksi aplikasi Grab, tokopedia, berbagai pedagang-pedagang offline, pembelian pulsa dan data sampai pembayaran pln, bpjs dan sebagainya.<sup>8</sup>
9. Perspektif adalah suatu cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi, atau sudut pandang tertentu digunakan dalam melihat suatu fenomena.<sup>9</sup>
10. Bisnis Islam adalah bisnis yang harus dijalankan sesuai prinsip syariah dengan menjauhi segala larangan-larangan yang diharamkan syariah Islam demi terciptanya keberkahan dan keridhoan dari Allah SWT.<sup>10</sup>

Berdasarkan penegasan dari istilah-istilah atau kata-kata diatas, maka yang menjadi pembahasan dalam skripsi ini adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, literasi keuangan terhadap minat menggunakan *e-wallet* dalam perspektif Bisnis Islam (Studi pada Pengguna OVO di Bandar Lampung).

## B. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat membawa perubahan bagi masyarakat Indonesia khususnya di sektor keuangan. Pada umumnya masyarakat lebih mengenal uang kertas

---

<sup>7</sup> Dewi Sartika Nasution, Muhammad Muhajir Aminy, and Lalu Ahmad Ramadani, *Ekonomi Digital* (Mataram: Sanabil Publishing, 2019), 52.

<sup>8</sup> Miftahul Huda, *Bisnis Web Hosting (Teknologi Pendukung Untuk Menjalankan Usaha Web Hosting)* (Bandung: Bisakimia, 2021), 63.

<sup>9</sup> Elvinaro Ardianto and Bambang Q-Aness, *Filsafat Ilmu Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009), 50.

<sup>10</sup> Eni Latifah, *Pengantar Bisnis Islam* (Semarang: CV. Sarnu Untung, 2020), 2.

sebagai alat transaksi pembayaran dan telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari hampir semua kegiatan masyarakat. Tetapi, seiring dengan perkembangan zaman dengan adanya kemajuan teknologi, telah mengubah perilaku masyarakat dalam aspek kehidupan, baik dari segi interaksi sosial, jual beli, transportasi umum dan layanan keuangan menggunakan digital atau non-tunai. Pada sektor keuangan, transaksi dilakukan tidak hanya menggunakan uang kartal dan giral, melainkan melalui aplikasi teknologi yang biasa kita sebut *Financial Teknologi (Fintech)*.<sup>11</sup> *Fintech* didefinisikan sebagai hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi modern yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang tunai, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.<sup>12</sup>

Salah satu teknologi digital tersebut yaitu dompet digital (*e-wallet*). *E-Wallet* merupakan suatu teknologi yang dapat menampung dana, melakukan pembayaran secara elektronik, serta mencatat segala transaksi yang telah dilakukan.<sup>13</sup> Dengan adanya *e-wallet*, masyarakat dapat membawa uang menjadi lebih praktis sehingga tidak perlu pergi ke ATM untuk melakukan transaksi. Berdasarkan data statistik Bank Indonesia, pengguna uang elektronik maupun dompet elektronik (*e-wallet*) mengalami pertumbuhan tiap tahunnya, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Chryzilla Zada and Yunita Sopiana, "Penggunaan E- Wallet Atau Dompet Digital Sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM Di Kecamatan Banjarmasin Tengah," *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan* 4, no. 1 (2021): 251–68.

<sup>12</sup> Andi Arini Syahidah and Muhammad Fikry Aransyah, "Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompet Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal SISFOKOM (Sistem Informasi Dan Komputer)* 12, no. 1 (2023): 36–44, <http://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/sisfokom/article/viewFile/1593/885>.

<sup>13</sup> Muji Lestari, Ahmad Soleh, and Suswati Nasution, "The Effect of E-Wallet and E-Money on Consumptive Behavior of the People of Bengkulu City," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan* 4, no. 1 (2023): 85–94.

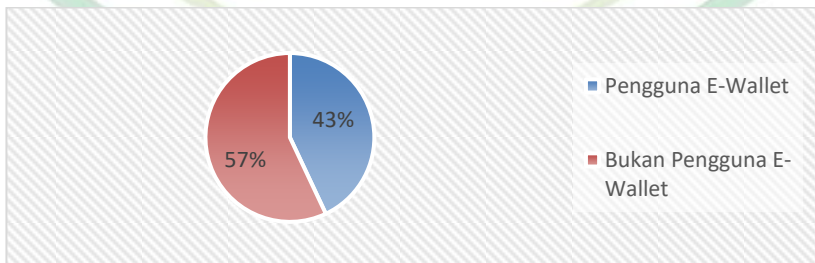
<sup>14</sup> Bank Indonesia, "Statistik Sistem Pembayaran Dan Infrastruktur Pasar Keuangan," accessed April 15, 2023, <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Pages/SPIP-Januari-2023.aspx>.

Tabel 1.1  
Nilai Transaksi Uang Elektronik

Tahun	Nilai Transaksi (Triliun)
2018	47,199
2019	145,165
2020	204,909
2021	305,436
2022	407,534

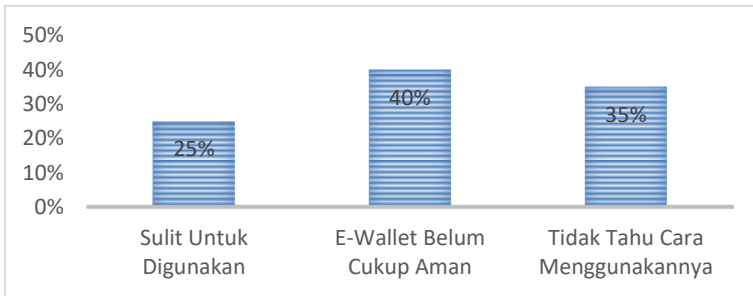
Sumber: Bank Indonesia, 2022

Pada kenyataannya meskipun pengguna keuangan non-tunai seperti *e-wallet* kini semakin mengalami peningkatan peminat tiap tahunnya, namun observasi awal yang dilakukan peneliti pada bulan Januari 2023, sebanyak 35 responden di Bandar Lampung yang berusia 17 tahun keatas yang terdiri dari mahasiswa, karyawan, ibu rumah tangga dan wirausaha menunjukkan bahwa masih banyaknya yang bukan pengguna *e-wallet*, dilihat dari gambar sebagai berikut:



Gambar 1.1  
Jumlah Pengguna *E-Wallet*  
Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2023

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa 20 responden atau sebesar 57% responden bukan pengguna *e-wallet* dan 15 responden atau sebesar 43% responden menggunakan *e-wallet*. Walaupun perbedaannya tidak terlalu cukup jauh, tetapi masyarakat masih ragu untuk menggunakan *e-wallet*. Berikut alasan responden tidak berminat menggunakan *e-wallet* :



Gambar 1.2

### Alasan Pengguna Tidak Berminat Menggunakan *E-Wallet*

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2023

Responden yang memilih alasan *e-wallet* belum cukup aman sebesar 40% yang berarti responden masih berpikir bahwa *e-wallet* belum cukup aman untuk dijadikan sebagai alat pembayaran karena masih banyaknya risiko dalam penggunaan *e-wallet* terkait sistem keamanannya. Tidak tahu cara menggunakannya sebesar 35% yang berarti karena kurangnya literasi keuangan responden terkait produk *e-wallet* dan 25% responden merasakan adanya kesulitan untuk memahami cara kerja *e-wallet*. Peneliti menarik kesimpulan bahwa *e-wallet* memiliki kekurangan yang menjadi penyebab responden tidak berminat untuk menggunakannya.

Seseorang menjadi minat menggunakan *e-wallet* apabila teknologi digital tersebut mudah untuk digunakan, tidak adanya risiko yang ditimbulkan serta adanya pengetahuan tentang *e-wallet*. Jika seseorang percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* terbebas dari usaha dan tidak adanya risiko yang ditimbulkan, maka minat untuk menggunakan *e-wallet* semakin tinggi. Sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* sulit digunakan dan adanya risiko yang ditimbulkan, maka minat untuk menggunakan *e-wallet* semakin rendah. Maka dari itu, minat menggunakan *e-wallet* sangat bergantung pada persepsi mereka terhadap teknologi digital tersebut.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Widya Desita and Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi

Persepsi kemudahan penggunaan yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.<sup>16</sup> Persepsi kemudahan penggunaan sangat mempengaruhi dalam minat menggunakan *e-wallet*. Sebagian masyarakat masih mengalami kendala saat mengoperasikan *e-wallet* sehingga sulit untuk digunakan, seperti sebagian pengguna merasa aplikasi OVO sering error saat digunakan, membutuhkan waktu yang lama memuat laman fitur layanan, dan sering terjadi kendala saat mengupgrade OVO Premier sehingga tidak bisa digunakan dalam bertransaksi di *e-wallet* tersebut.<sup>17</sup> Berdasarkan testimoni yang ditulis oleh salah satu konsumen pada *MediaKonsumen.com*, bahwa untuk mengupgrade akun OVO premier selalu gagal dengan alasan nomor identitas tidak tercatat di Dukcapil sedangkan pengguna sudah mengisinya dengan benar sehingga tidak bisa bertransaksi.<sup>18</sup> Hal-hal tersebut yang membuat pengguna enggan untuk menggunakan *e-wallet* karena sulit dalam mengoperasikannya.

Selain faktor persepsi kemudahan penggunaan yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*, faktor lainnya ialah persepsi risiko. Persepsi risiko selalu dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya sesuatu yang merugikan yang tidak diduga/tidak diinginkan. Berbagai bentuk kejahatan internet (*cyber fraud*) tetap menjadi ancaman bagi keberlangsungan *e-wallet*, hal ini juga yang menjadi konsen pengguna dalam memilih untuk menggunakan *e-wallet* sebagai alat transaksi

---

Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet),” *Jurnal Akuntansi Profesi* 13, no. 1 (2022): 115–24, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jippg.v3i2>.

<sup>16</sup> Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw, “User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Of Two Theoretical Models,” *Management Science* 35, no. 8 (1989).

<sup>17</sup> Almira Deana Savitri and Abdul Muslim, “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Berbasis Server,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 2, no. 5 (2022): 740–50.

<sup>18</sup> Mardi Ansyah, “Gagal Upgrade Akun OVO Premier,” *MediaKonsumen.com*, accessed March 27, 2023, <https://mediakonsumen.com/2020/11/19/surat-pembaca/gagal-ugrade-akun-ovo-premier#0>.



secara online.<sup>19</sup> Faktor penghambat seseorang dalam menggunakan *e-wallet* karena beberapa orang masih merasa *e-wallet* belum cukup aman untuk dijadikan sebagai alat transaksi pembayaran dan berisiko merugikan penggunaannya. Berdasarkan testimoni yang ditulis oleh salah satu konsumen pada *MediaKonsumen.com*, pengguna mengalami penipuan dan pelakunya menggunakan akun OVO juga dengan total kerugian sebesar 3,4 juta rupiah. Setelah itu, menghubungi *call center* OVO, namun pihak *call center* tidak bisa melakukan pemblokiran tanpa adanya surat BAP dari kepolisian, seharusnya pihak OVO melakukan pemblokiran saldo sementara agar saldo bisa dikembalikan.<sup>20</sup> Banyaknya risiko dalam penggunaan *e-wallet* akan sangat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet*.

Faktor lainnya yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* ialah literasi keuangan. Literasi keuangan di definisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku keuangan seseorang dalam pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan juga sangat penting bagi seseorang agar dapat menentukan penggunaan produk keuangan agar tidak salah dalam membuat keputusan keuangannya. Berdasarkan Hasil SNLIK (Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan) pada tahun 2022 yang dilakukan oleh OJK dengan jumlah responden sebanyak 14.634 orang di 34 provinsi menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68% yang berarti literasi keuangan masyarakat masih dikatakan belum optimal. Kemudian, tingkat literasi keuangan berdasarkan sektor jasa keuangan yaitu pada bidang *Fintech* menunjukkan bahwa hanya sebesar 10,90% yang memahami literasi keuangan *Fintech* dengan

---

<sup>19</sup> Muhammad Farid Iffat and Ayu Chairina Laksmi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Elektronik Di Kota Medan," *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* 5 (2023): 441–49, <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>.

<sup>20</sup> Dian Purnama, "Masukan Untuk Call Center OVO, Terkait Laporan Penipuan," *MediaKonsumen.com*, 2022, <https://mediakonsumen.com/2022/09/07/surat-pembaca/masukan-untuk-call-center-ovo-terkait-laporan-penipuan>.

baik.<sup>21</sup> Masih rendahnya literasi keuangan di bidang *Fintech* membuat masyarakat enggan untuk beralih menggunakan *Fintech* khususnya *e-wallet* karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital tersebut. Sehingga banyaknya masyarakat yang masih menggunakan transaksi secara tradisional yaitu bertransaksi langsung menggunakan uang tunai yang dirasa lebih mudah.<sup>22</sup>

Dalam perspektif bisnis Islam, manusia janganlah menghamburkan uangnya yang bukan untuk memenuhi kebutuhannya karena akan menimbulkan perilaku boros. Hal tersebut sangat dibenci oleh Allah SWT yang berfirman dalam QS. Al-Isra ayat 26-27 yang berbunyi:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (26) إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا  
أَخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (27)

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros (26) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (27)”. (QS.Al-Isra ayat 26-27)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah sangat membenci perilaku boros, dalam arti membelanjakan tidak pada tempatnya. Sebaiknya harta tersebut diarahkan dalam penggunaan harta untuk menolong yang masih membutuhkan, misalnya anjuran bersedekah.<sup>23</sup> Dalam penggunaan *e-wallet* harus dimanfaatkan sebaik mungkin untuk menggunakan *e-wallet* sesuai kebutuhan seperti membayar tagihan listrik atau PDAM, mentransfer uang

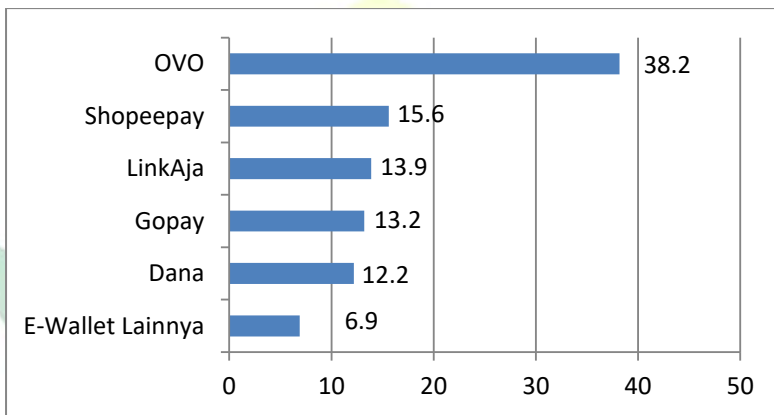
<sup>21</sup> Otoritas Jasa Keuangan, “Infografis Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022,” 2022, <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>.

<sup>22</sup> Ade Maharani Adiandari, *Pengantar Literasi Keuangan* (Makassar: PT Nas Media Indonesia, 2022), 14.

<sup>23</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Filsafat Hukum Hibah Dan Wasiat Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 4.

ataupun investasi yang menjadi suatu kebutuhan. Janganlah dipergunakan untuk membayar belanja online yang berlebihan karena hal tersebut dapat menimbulkan sikap boros.

Salah satu aplikasi dompet digital yang memberikan penawaran menarik bagi penggunaanya adalah OVO. Banyaknya masyarakat yang menggunakan *e-wallet*, membuat perusahaan-perusahaan *FinTech* berlomba-lomba dalam membuat aplikasi *e-wallet* yang aman, praktis dan mudah digunakan oleh semua masyarakat, baik dari kalangan remaja hingga dewasa.



Gambar 1.3

Pangsa Pasar Dompet Digital Tahun 2020

Sumber: DailySocial.id, 2020

Survei DailySocial menunjukkan OVO menjadi aplikasi *e-wallet* yang mempunyai pangsa pasar yang tinggi yaitu sebanyak 38,2% dengan pertumbuhan transaksi \$10,7 juta, selanjutnya ShopeePay mempunyai pangsa pasar sebesar 15,6% dengan pertumbuhan transaksi \$4,3 juta, pangsa pasar LinkAja sebesar 13,9% dengan pertumbuhan transaksi \$3,9 juta, pangsa pasar Dana sebesar 12,2% dengan pertumbuhan transaksi \$3,4 juta dan E-Wallet lainnya sebesar 6,9%.<sup>24</sup> OVO merupakan produk *financial technology* berbasis aplikasi digital payment. OVO telah resmi

<sup>24</sup> Corry Anestia, "Laporan Buku: OVO Pimpin Pangsa Pasar 'Mobile Wallet' Di Indonesia," DailySocial.id, 2021, <https://dailysocial.id/post/laporan-buku-ovo-pimpin-pangsa-pasar-mobile-wallet-di-indonesia>.

diluncurkan pada bulan September 2017 di bawah naungan PT. Visionet Internasional. OVO menjadi solusi pembayaran non tunai yang digunakan dalam proses transaksi pembayaran masyarakat di era modern menjadi lebih cepat dan mudah. OVO memberikan layanan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan secara online. Aplikasi OVO menawarkan layanan untuk bertransaksi pembayaran secara cepat dan praktis.<sup>25</sup>

Walaupun aplikasi OVO memiliki banyak pengguna dibandingkan *e-wallet* lainnya, ada permasalahan yang terjadi di Aplikasi OVO, berdasarkan testimoni dari *MediaKonsumen.com*, pengguna tidak bisa login ke akun OVO dan akun tersebut sudah premier dan saldo di akun OVO tersebut ada sekitar 4 juta rupiah, tetapi tidak bisa login dan mengakibatkan penggunanya tidak bisa mengeluarkan saldonya, sudah membuat laporan ke pihak OVO tetapi pihak OVO tidak bisa menyelesaikannya, sehingga penggunanya mengalami kerugian. Banyaknya persepsi kemudahan, persepsi risiko dan ada atau tidaknya literasi keuangan seseorang dalam penggunaan *e-wallet* tersebut sangat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *e-wallet*.<sup>26</sup>

Sudah banyak peneliti yang menguji tentang pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, literasi keuangan terhadap minat menggunakan *e-wallet*, namun para peneliti tersebut masih memberikan kesimpulan yang berbeda-beda. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Khoiriyah, Zulkarnaeni and Halim 2023) dan (Saraswati and Mardhiyah 2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (M. A. Sari et al 2019) menyatakan bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

---

<sup>25</sup> Wikipedia, "OVO (Pembayaran)," accessed March 28, 2023, [https://id.wikipedia.org/wiki/OVO\\_\(pembayaran\)](https://id.wikipedia.org/wiki/OVO_(pembayaran)).

<sup>26</sup> Yudi Ekasari, "Tidak Bisa Login Akun OVO, Saldo Jutaan Rupiah Tertahan Sudah Hampir Sebulan," *MediaKonsumen.com*, accessed March 28, 2023, <https://mediakonsumen.com/2022/05/28/surat-pembaca/tidak-bisa-login-akun-ovo-saldo-jutaan-rupiah-tertahan-sudah-hampir-sebulan>.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rodiah and Melati 2020) dan (Wijaya and Susilawati 2022) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Pebriantje and Sulaeman 2023) menyatakan bahwa pengaruh persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Aditya and Mahyuni 2022) dan (Herlinawati and Krisnawati 2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Giriani and Susanti 2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dapat diperoleh gambaran bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, literasi keuangan terhadap minat menggunakan *e-wallet* belum diperoleh hasil yang konsisten sehingga menimbulkan *research gap* yang perlu dianalisis, maka perlu dilakukan penelitian kembali untuk mengetahui pengaruh variabel yang sama pada objek yang berbeda.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)”**.

### C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan dapat dipahami bahwa masih banyak variabel yang belum optimal dalam mempengaruhi minat penggunaan pada *e-wallet* dan masih menarik untuk dikaji. Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dalam penelitian ini, antara lain :

1. Masih banyaknya masyarakat yang mengalami kesulitan dalam mengakses *e-wallet* seperti sering terjadi *error*, membutuhkan waktu yang lama memuat laman fitur layanan dan sering terjadi

kendala saat mengupgrade *e-wallet* premium sehingga tidak bisa digunakan untuk bertransaksi.

2. Masih adanya risiko yang ditimbulkan dalam penggunaan *e-wallet* seperti peretasan atau pencurian data.
3. Literasi keuangan masyarakat di bidang *fintech* masih rendah.

Untuk menghindari meluasnya yang akan diteliti, maka penulis memberikan batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu peneliti memfokuskan masalah pada tiga faktor utama yang dianggap menjadi pengaruh minat penggunaan yaitu pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan literasi keuangan. Penelitian ini dilakukan pada pengguna OVO yang pernah bertransaksi di *e-wallet* OVO dan berusia 17 tahun keatas yang berdomisili di Bandar Lampung.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada Pengguna OVO di Bandar Lampung?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada Pengguna OVO di Bandar Lampung?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada Pengguna OVO di Bandar Lampung?
4. Bagaimana tinjauan bisnis Islam mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, literasi keuangan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada Pengguna OVO di Bandar Lampung?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai, yaitu :

1. Untuk menganalisis, menguji dan mendeskripsikan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada Pengguna OVO di Bandar Lampung.

2. Untuk menganalisis, menguji dan mendeskripsikan pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada Pengguna OVO di Bandar Lampung.
3. Untuk menganalisis, menguji dan mendeskripsikan pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada Pengguna OVO di Bandar Lampung.
4. Untuk menjelaskan bagaimana tinjauan bisnis Islam mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, literasi keuangan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada Pengguna OVO di Bandar Lampung.

## **F. Manfaat Penelitian**

Dari setiap penelitian tentunya akan diperoleh hasil yang diharapkan dapat memberikan manfaat untuk penulis maupun pihak lain. Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah:

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kepustakaan bagi pihak akademik dan dapat memberikan sumbangan referensi bagi peneliti yang melakukan penelitian yang sama serta memperluas dan menambah pengetahuan bagi penulis khususnya yang berkaitan dengan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, literasi keuangan, dan minat menggunakan *e-wallet*.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai saran atau bahan informasi bagi manajemen perusahaan serta pegawai yang bekerja di perusahaan *e-wallet* untuk membantu strategi perusahaan dalam mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk berminat menggunakan *e-wallet* khususnya *e-wallet* OVO agar penggunanya dapat secara terus-menerus menggunakan OVO.

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Berdasarkan hasil tinjauan berbagai literatur, dibawah ini merupakan beberapa penelitian yang relevan dengan tulisan ini, diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati (2020) dengan judul jurnal, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis statistik yaitu analisis deskriptif dan regresi berganda, uji asumsi klasik menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet, persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet.<sup>27</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Awalina Putri Ersaningtyas dan Ety Dwi Susanti (2019) dengan judul jurnal, “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur)”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis statistik yaitu analisis regresi linier berganda, uji hipotesis menggunakan uji F dan Uji t menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan rekening bersama Shopee dan persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan rekening bersama Shopee.<sup>28</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Maulidyati Aisyah dan Tirta Artami Ardinarsih (2022) dengan judul jurnal, “Pengaruh Persepsi Risiko dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Menggunakan *M-Banking*: Peran Pemediasi Persepsi Kegunaan”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik

---

<sup>27</sup> Siti Rodiah and Inaya Sari Melati, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang,” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* 1, no. 2 (2020): 66–80, <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>.

<sup>28</sup> Awalina Putri Ersaningtyas and Ety Dwi Susanti, “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur),” *Jurnal Bisnis Indonesia* 10, no. 2 (2019): 185–98.



analisis statistiknya yaitu uji validitas, uji Reliabilitas dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan.<sup>29</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Syukriyyah dan Karyaningsih (2023) dengan judul jurnal, “Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang”. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis statistik yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji determinasi menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan ShopeePay.<sup>30</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati (2021) dengan judul jurnal, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan *Financial Teknologi (FinTech)* Pada UMKM di Kabupaten Bantul”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis statistik yaitu uji asumsi klasik dan uji hipotesis menggunakan uji t, uji F dan uji determinasi dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *financial technology (fintech)*.<sup>31</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Almira Deana Savitri dan Abdul Muslim (2022) dengan judul jurnal, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan

---

<sup>29</sup> Maulidyati Aisyah and Tirta Artami Ardiningsih, “Pengaruh Persepsi Risiko Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking : Peran,” *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 12, no. 1 (2022): 92–105, <https://doi.org/https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5987>.

<sup>30</sup> Syukriyyah and Karyaningsih, “Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang,” *Journal Of Islamic Education Management* 3, no. 2 (2023): 263–87, <https://doi.org/10.47476/manageria.v3i2.2329>.

<sup>31</sup> Akhnes Noviyanti and Teguh Erawati, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul),” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia* 4, no. 2 (2021): 65–74, <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3253>.

*E-Money* Berbasis Server”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis statistik menggunakan SPSS yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan atas minat penggunaan *e-money* berbasis server.<sup>32</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Adinda Niken Saraswati dan Ainun Mardhiyah (2023) dengan judul jurnal, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Di Kalangan Generasi Millennial”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dan teknik analisis statistik menggunakan SPSS yaitu uji t, uji simultan dan uji koefisien determinan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 27,1% terhadap Minat Penggunaan *E-money*.<sup>33</sup>

Dari beberapa kajian terdahulu yang relevan, terdapat beberapa perbedaan yaitu tidak adanya variabel literasi keuangan sehingga penelitian ini menambahkan variabel literasi keuangan pada variabel independen (X), teknik analisis data berbeda seperti beberapa penelitian menggunakan SPSS untuk mengolah datanya sedangkan dalam penelitian ini menggunakan Smartpls 3 serta sampel penelitiannya berbeda yaitu dalam penelitian ini menggunakan pengguna OVO yang ada di Bandar Lampung.

---

<sup>32</sup> Savitri and Muslim, “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Berbasis Server.”

<sup>33</sup> Adinda Niken Saraswati and Ainun Mardhiyah, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Generasi Millennial,” *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry* 2, no. 1 (2023): 48–58.

## **H. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I      Pendahuluan**

Merupakan uraian tentang penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II     Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis**

Menyajikan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi landasan teori dan pengajuan hipotesis serta kerangka pemikiran.

### **BAB III    Metode Penelitian**

Merupakan uraian tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian, penentuan populasi, sampel, dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel serta teknik pengolahan dan analisis data.

### **BAB IV    Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Terdiri dari deskripsi objek penelitian serta hasil analisis data dan pembahasan.

### **BAB V     Penutup**

Terdiri dari kesimpulan hasil penelitian serta rekomendasi bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

#### A. Teori Yang Digunakan

##### 1. Teori Perilaku Konsumen

Menurut Setiadi, perilaku konsumen yaitu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan ataupun mengonsumsi produk atau jasa yang diikuti oleh proses pengambilan keputusan atas tindakan tersebut.<sup>34</sup> Menurut Pirympou, perilaku konsumen yaitu perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam menggunakan produk dan jasa yang mereka harapkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.<sup>35</sup> Perilaku manusia tidak terlepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan tempat individu itu berada. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah suatu perilaku atau tindakan seseorang yang biasanya diikuti proses pengambilan keputusan untuk menggunakan produk atau jasa yang diharapkan dapat memenuhi segala kebutuhan dalam hidupnya.

Menurut Ismail Nawawi, ada beberapa teori yang menjelaskan tentang perilaku, antara lain:

- 1) Teori insting: dikemukakan oleh Mc. Dougall sebagai pelopor psikologi sosial. Menurut Mc. Dougall perilaku disebabkan oleh insting. Insting merupakan perilaku bawaan yang akan mengalami perubahan karena pengalaman.
- 2) Teori dorongan (*drive theory*). Teori ini sering disebut dengan teori Hull yang juga disebut dengan *reduction theory*. Dorongan tersebut berkaitan dengan kebutuhan yang mendorong seseorang untuk berperilaku.
- 3) Teori insentif (*intensive theory*). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu disebabkan karena adanya insentif. Intensif disebut juga sebagai *reinforcement*. *Reinforcement* terdiri dari *reinforcement* positif yang berkaitan dengan

---

<sup>34</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 3.

<sup>35</sup> Zoi Pirympou, "A Critical Study: How Gender Determines Consumer Preferences," *Journal of Economics and Business* XX, no. 2 (2017): 29–37.

hadiah dan *reinforcement* negatif yang berkaitan dengan hukuman.

- 4) Teori atribusi. Teori ini berasal dari sebab-sebab perilaku seseorang. Apakah perilaku ini disebabkan disposisi internal (motif, sikap, perasaan) dan eksternal.
- 5) Teori Kognitif. Teori ini berdasarkan alternatif pemilihan perilaku yang akan membawa manfaat yang besar baginya. Dengan kemampuan memilih tersebut berarti faktor berpikir berperan dalam menentukan pilihannya. Teori kognitif juga dipengaruhi oleh faktor sikap, keyakinan, pengalaman masa lalu, dan kesadaran mengetahui bagaimana memanfaatkan suatu kesadaran untuk mencapai tujuan atau kesadaran untuk mengorganisir nilai.
- 6) Teori kepribadian. Teori ini berdasarkan kombinasi dari sifat fisik dan material, nilai, sikap dan kepercayaan, selera, ambisi, minat dan kebiasaan dan ciri-ciri lain yang membentuk suatu sosok yang unik.<sup>36</sup>

Dari enam teori perilaku tersebut dapat dipakai dalam memahami perilaku konsumen. Sehingga antar teori yang satu dengan teori yang lain masih dapat dipergunakan sesuai dengan perilaku konsumen yang berbeda antara konsumen satu dengan konsumen yang lainnya. Perilaku konsumen sangat berkaitan dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam menentukan dan mempergunakan suatu barang atau jasa yang mereka inginkan.<sup>37</sup> Berdasarkan variabel Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* dianalisis menggunakan teori kognitif karena konsumen memiliki banyak pertimbangan seperti apakah teknologi tersebut mudah digunakan, apakah teknologi tersebut terhindar dari segala risiko dan apakah pengguna teknologi mempunyai literasi keuangan untuk menjalankannya, sehingga banyaknya pertimbangan tersebut konsumen cenderung berfikir untuk

---

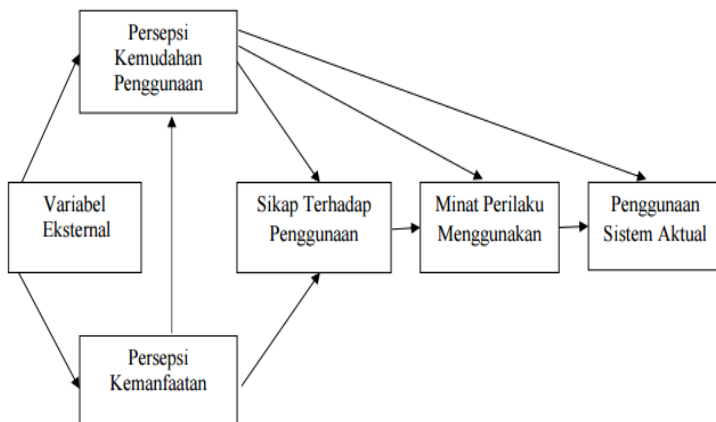
<sup>36</sup> Ismail Nawawi, *Perilaku Administrasi (Kajian, Teori Dan Pengantar Praktik)*, (Surabaya: ITS Press, 2009), 5-7.

<sup>37</sup> Wayan Weda Asmara Dewi et al., *Teori Perilaku Konsumen* (Malang: UB Press, 2022), 3.

mengambil keputusan untuk menggunakan e-wallet tersebut atau tidak menggunakannya.

## 2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* ini pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989.<sup>38</sup> TAM adalah salah satu teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umum digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Model TAM menunjukkan bahwa ketika pengguna menggunakan teknologi baru, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan adalah dua faktor yang mempengaruhi keputusan tentang bagaimana dan kapan mereka akan menggunakan teknologi baru. TAM memiliki enam variabel penting dalam model ini yang dapat membantu menjelaskan diterimanya sebuah sistem teknologi baru dalam masyarakat, model tersebut digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1

Model *Technology Acceptance Model (TAM)*

Sumber: Davis, 1989

<sup>38</sup> Davis, Bagozzi, and Warshaw, "User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models."

Berdasarkan Gambar 2.1 terdapat enam konstruk yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Enam konstruk tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Variabel eksternal dalam model TAM digunakan untuk mengembangkan model dengan menambahkan beberapa variabel yang dapat menjelaskan lebih lanjut penerimaan seseorang menggunakan teknologi tersebut.
- b. Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dengan demikian, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka ia akan menggunakannya
- c. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan atau sulit digunakan maka ia tidak akan menggunakannya.
- d. Sikap terhadap penggunaan didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang terhadap penggunaan sistem informasi yang telah ditentukan.
- e. Minat perilaku menggunakan adalah suatu keinginan seseorang melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.
- f. Penggunaan sistem aktual adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Dalam sistem penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku adalah penggunaan sesungguhnya dari teknologi.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), 113.

### 3. Teori Motivasi

Menurut Maslow (1970) motivasi adalah tenaga pendorong dari dalam yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu atau berusaha untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>40</sup> Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan motivasi adalah keinginan yang menggerakkan atau yang mendorong seseorang atau diri sendiri untuk berbuat sesuatu. Adapun ide yang dikemukakan oleh Abraham Maslow adalah bahwa kebutuhan manusia yang beraneka ragam tersebut dapat dikelompokkan ke dalam lima kelompok menurut urutan-urutan kepentingannya, digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2  
Hirarki Kebutuhan Maslow

Berdasarkan Gambar 2.2 terdapat lima tingkatan hirarki kebutuhan adalah sebagai berikut :<sup>41</sup>

- a. **Kebutuhan Fisiologis.** Kebutuhan fisiologis adalah sekumpulan kebutuhan dasar yang paling mendesak pemuasannya karena berkaitan langsung dengan pemuasan biologis dan kelangsungan hidup. Kebutuhan-kebutuhan

<sup>40</sup> Abraham H. Maslow, *Motivation and Personality* (New York: Harper & Row Publisher, 1970).

<sup>41</sup> Wikan Budi Utami, "Analisa Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja Dosen Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aas," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 2 (2017): 125–38, <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i2.106>.



dasar fisiologis itu antara lain kebutuhan akan makan, air, oksigen, istirahat dan lainnya. Dengan demikian, tidak bisa dipungkiri lagi bahwa kepuasan fisiologis itu merupakan pendorong dan memberi pengaruh yang kuat atas tingkah laku manusia, dan manusia akan selalu berusaha memuaskannya sebelum memuaskan kebutuhan-kebutuhan lain yang lebih tinggi.

- b. **Kebutuhan Akan Rasa Aman.** Apabila kebutuhan fisiologis individu telah terpusatkan, maka dalam diri individu akan muncul satu kebutuhan yang dominan dan menuntut pemuasan, yakni kebutuhan akan rasa aman adalah suatu kebutuhan yang mendorong individu untuk memperoleh ketentraman, kepastian, dan keteraturan dari keadaan lingkungannya. Contoh paling nyata bahwa manusia sangat membutuhkan rasa aman adalah pada saat masa bayi dan anak-anak yang membutuhkan perlindungan dari orang tuanya. Pada orang dewasa pun kebutuhan akan rasa aman ini nampak dan berpengaruh secara aktif. Usaha-usaha untuk memperoleh perlindungan dan keselamatan kerja, penghasilan tetap atau membayar asuransi merupakan contoh-contoh dari tingkah laku yang mencerminkan kebutuhan akan rasa aman pada orang-orang dewasa.
- c. **Kebutuhan Akan Cinta dan Rasa Memiliki.** Kebutuhan akan cinta dan rasa ini adalah suatu kebutuhan yang mendorong individu untuk mengadakan hubungan efektif atau ikatan emosional dengan individu lain, baik dengan sesama jenis maupun dengan yang berlainan jenis, di lingkungan keluarga ataupun di lingkungan kelompok di masyarakat. Maslow juga menekankan bahwa kebutuhan akan cinta itu mencakup keinginan untuk mencintai dan dicintai. Tanpa cinta orang akan dikuasai oleh perasaan kebencian, rasa tak berharga dan kehampaan.<sup>42</sup>
- d. **Kebutuhan Akan Harga Diri.** Kebutuhan yang keempat, yaitu kebutuhan akan rasa harga diri oleh Maslow dibagi

---

<sup>42</sup> Ibid.

kedalam dua bagian. Bagian pertama adalah penghormatan dan penghargaan diri sendiri, dan bagian kedua adalah penghargaan dari orang lain. Bagian pertama mencakup hasrat untuk memperoleh kompetensi, rasa percaya diri, kekuatan pribadi, kemandirian, dan kebebasan. Adapun bagian yang kedua meliputi antara lain prestasi. Dalam hal ini butuh penghargaan atas apa-apa yang dilakukannya. Terpuaskannya akan kebutuhan akan rasa harga diri pada individu akan menghasilkan sikap percaya diri, rasa berharga, rasa takut, rasa mampu, dan rasa perasaan berguna.

- e. Kebutuhan Akan Aktualisasi Diri. Kebutuhan akan aktualisasi diri merupakan kebutuhan manusia yang paling tinggi dalam teori Maslow. Kebutuhan ini akan muncul apabila kebutuhan-kebutuhan yang ada di bawahnya telah terpuaskan dengan baik. Maslow menandai kebutuhan akan aktualisasi diri sebagai hasrat individu untuk menjadi orang yang sesuai dengan keinginan dan potensi yang dimilikinya.<sup>43</sup>

#### 4. Teori Konsumsi Islami

Menurut Imam Al-Ghazali, kebutuhan manusia banyak ragamnya dan memiliki tingkatan-tingkatan yang secara umum terbagi menjadi tiga, yaitu kebutuhan primer (*daruriyyat*), sekunder (*hajiyyat*), dan tersier (*tahsiniyyat*).<sup>44</sup> Dalam Islam, Seorang muslim haruslah membeli sesuatu atau menggunakan suatu produk yang halal dan bermanfaat bagi kehidupannya dan Allah SWT sangat melarang seorang muslim mengkonsumsi sesuatu yang haram. Dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam* (Magelang: Unimma Press, 2022), 29-30,.

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”. (QS.Al-Baqarah: 168).

Dalam ayat tersebut, Allah SWT mengizinkan manusia untuk memakan segala yang ada di muka bumi, baik makanan maupun benda yang digunakan selagi itu halal dan bermanfaat serta tidak membahayakan. Oleh karena itu, dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup, manusia diperkenankan menggunakan produk yang *thayyib*. *Thayyib* yang dimaksud yaitu baik dan memiliki manfaat bagi dirinya. Perilaku konsumen yang rasional dalam bisnis Islam yaitu konsumen yang dapat menjaga perilakunya supaya mendapat kepuasan yang maksimum sesuai norma-norma Islam yang sering disebut *maslahah*. Jadi, tujuan konsumen muslim bukan memaksimalkan *utility*, tetapi memaksimumkan *maslahah*.<sup>45</sup>

Menurut Yusuf Qardhawi, ada beberapa norma dasar yang menjadi landasan berperilaku konsumen seorang muslim yaitu:

- a. Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir. Pemanfaatan harta untuk ibadah tidak boleh berlebihan atau melampaui batas, namun juga tidak kikir.
- b. Tidak melakukan kemubadziran dan sentiasa membelanjakan harta untuk kebutuhan yang bermanfaat.
- c. Tidak hidup mewah dan boros.
- d. Kesederhanaan.
- e. Mementingkan kehendak sosial dibandingkan bersifat pribadi.<sup>46</sup>

Seorang muslim wajib mengetahui Konsumsi Islam. Maka dalam aktivitas seorang muslim membelanjakan hartanya

---

<sup>45</sup> Isnaini Harahap et al., *Hadis-Hadis Ekonomi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), 162.

<sup>46</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 137.

(konsumsi), senantiasa diiringi nilai-nilai konsumsi Islam. Menurut Al-Arif, nilai-nilai tersebut sebagai berikut:

a. Tauhid (*Unity/Kesatuan*)

Nilai Tauhid dalam kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah, sebab fondasi utama seluruh ajaran agama Islam dalam aktivitas ekonomi dan muamalah tetap berada dalam koridor-koridor hukum Allah SWT. Hal tersebut manusia berusaha mencari keberkahan setiap apa yang dikonsumsinya dengan menaati perintah-perintah-Nya serta melihat maslahahnya dalam membelanjakan harta, baik untuk diri sendiri maupun untuk umat.<sup>47</sup>

b. Adil (*Equilibrium/Keadilan*)

Nilai-nilai adil yang diajarkan dalam konsumsi islam disini adalah membolehkan manusia untuk memanfaatkan dan menghayati berbagai rezeki yang terdapat di bumi yang disediakan. Secara garis besar keadilan dapat didefinisikan sebagai sesuatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan dimata hukum, hak hidup secara layak, hak menikmati pembangunan dan tidak adanya pihak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam aspek kehidupan.

c. Amanah (*Responsibility/Pertanggungjawaban*)

Manusia merupakan ciptaan Allah paling sempurna yang diutus sebagai khalifah dimuka bumi ini untuk menjalankan amanah yang diberikan oleh Allah SWT. Sebagaimana Firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 30 :

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً ۗ قَالُوْۤا اَجْعَلْ فِيْهَا مَنْ  
يُّفْسِدُ فِيْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ اِنِّيْۤ اَعْلَمُ مَا  
لَا تَعْلَمُوْنَ .

Artinya: “Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah di bumi.” Mereka berkata, “Apakah Engkau

<sup>47</sup> Ivonne Ayesha, *Ekonomi Mikro Islam* (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), 43.

hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Dia berfirman, “Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa manusia diutus sebagai pemimpin (khalifah) yang memiliki kekuasaan untuk mengatur yang terdapat dalam bumi ini dan mampu mempertanggungjawabkan apa yang telah dicurahkan nikmat yang terdapat di muka bumi ini. Khalifah bertanggungjawab berperilaku ekonomi dengan cara yang benar, tanggung jawab untuk mewujudkan masalah maksimum dan tanggung jawab perbaikan kesejahteraan setiap individu.<sup>48</sup>

#### d. Sederhana

Sederhana dalam konsumsi maksudnya adalah tidak berlebihan atau mubazir. hal tersebut terdapat dalam firman Allah SWT dalam Surah Al-A'raf Ayat 31 :

يٰۤاِبْنِيۤ اٰدَمَ خُذْ وَاٰدَمَ حٰدُوْا زِيۤنٰتَكُمۡ عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”. (QS. Al-A'raf: 31)

Berdasarkan ayat diatas, merupakan anjuran Allah SWT kepada manusia agar senantiasa bersikap sederhana dan memilih yang halal lagi baik di dalam memenuhi kebutuhan hidup. Islam mengajarkan tetap tidak membolehkan seorang

<sup>48</sup> Ibid, 46

muslim melampaui batas mengkonsumsi, sebaliknya selama masih batas tingkat kewajaran, maka membolehkan seorang muslim mengkonsumsi dan menikmati keberkahan hidup yang ada di atas bumi ini.<sup>49</sup>

## 5. Persepsi Kemudahan Penggunaan

### a. Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.<sup>50</sup> Persepsi kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak memerlukan upaya yang rumit. Menurut Jogiyanto, *perceived ease of use* yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut bebas dari usaha atau bisa dikatakan tidak sulit untuk menggunakannya. Persepsi kemudahan penggunaan juga dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan teknologi tersebut tidak diperlukan usaha yang besar.<sup>51</sup> Jika seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa tidak mudah menggunakan teknologi tersebut maka ia tidak akan menggunakannya.<sup>52</sup>

Persepsi tentang kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Ketika seseorang semakin percaya bahwa teknologi dapat

---

<sup>49</sup> Ibid, 47

<sup>50</sup> Davis, Bagozzi, and Warshaw, "User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models."

<sup>51</sup> Devi Rahayu Andista and Riaul Susilawaty, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Dalam Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman Online," *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar* 12 (2021): 1228–33, <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2919>.

<sup>52</sup> Ibid, hal. 115.

digunakan dengan mudah atau dengan upaya yang minim, maka minat seseorang untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat. Selain minat penggunaan, persepsi orang tersebut mengenai manfaat teknologi juga akan menjadi semakin baik. Jika diaplikasikan dengan penggunaan OVO maka pengguna percaya bahwa sistem yang terdapat pada OVO tersebut mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan. Meskipun usaha untuk menggunakan teknologi menurut setiap orang berbeda-beda tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan dari masyarakat atas layanan yang dikembangkan, maka layanan tersebut harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang memberatkan. Seseorang yang merasa mudah untuk menjalankan akan membuat mereka nyaman dalam menggunakannya dan dapat membuat mereka tidak akan berpindah ke aplikasi yang lain.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diartikan bahwa *Perceived Ease Of Use* merupakan suatu persepsi pengguna yang mempercayai ketika menggunakan teknologi tersebut dapat mudah digunakan atau tanpa usaha yang rumit untuk mengoperasikannya sehingga teknologi tersebut menjadi sering digunakan atau dipakai.

#### **b. Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut Davis (1989) membagi indikator untuk pengukuran persepsi kemudahan penggunaan antara lain:

- 1) *Easy to Learn* (mudah dipelajari). Sistem informasi yang digunakan mudah untuk dipelajari cara pengoperasiannya.
- 2) *Controllable* (mudah dikontrol). Sistem informasi yang digunakan mudah dikontrol sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna.
- 3) *Clear & Understandable* (jelas dan mudah dipahami). Sistem informasi yang digunakan jelas dan mudah dipahami oleh pengguna.

- 4) *Flexible* (fleksibel). Sistem informasi yang digunakan fleksibel untuk transaksi keuangan oleh pengguna.
- 5) *Easy to Become Skillful* (mudah menjadi terampil). Penggunaan sistem informasi yang menjadikan terampil atau mahir bagi pengguna.
- 6) *Easy to Use* (mudah digunakan). Sistem informasi mudah untuk digunakan oleh pengguna.<sup>53</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan enam indikator diatas sebagai dasar butir pertanyaan yang akan dicantumkan dalam kuesioner penelitian. Konteks Persepsi Kemudahan Penggunaan *e-wallet* berarti pengguna percaya bahwa bertransaksi melalui dompet digital mudah untuk dipahami. Dengan demikian, bila *e-wallet* dipersepsikan mudah digunakan oleh para pengguna khususnya pengguna OVO maka teknologi tersebut akan sering digunakan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan penggunanya.

### **c. Persepsi Kemudahan Penggunaan Dalam Perspektif Bisnis Islam**

Bisnis Islam merupakan kegiatan usaha atau bisnis yang dijalankan menurut ketentuan syariah, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram).<sup>54</sup> Dompet digital merupakan sesuatu hal yang baru dalam sistem pembayaran. Dalam pandangan islam khususnya bidang muamalat memegang prinsip “pada dasarnya dalam hal muamalat semuanya itu diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya”. Hukum dompet digital dalam Islam adalah diperbolehkan dan sah-sah saja. Apalagi dompet digital sebenarnya juga untuk mempermudah masyarakat dalam bertransaksi ketika tidak membawa uang tunai. Namun tetap memperhatikan syariat Islam ketika

---

<sup>53</sup> Davis, Bagozzi, and Warshaw, “User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Of Two Theoretical Models.”

<sup>54</sup> Ariyadi, “Bisnis Dalam Islam,” *Jurnal Hadratul Madaniyah* 5, no. 1 (2018): 13–26.



menggunakannya.<sup>55</sup> Adapun kemudahan yang diberikan oleh OVO merupakan kemudahan yang memenuhi konsep islami dengan tidak memberikan kesukaran pada penggunaannya. Hal ini sesuai firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 185 yang berbunyi :

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu”. (QS.Al-Baqarah ayat 185).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memberikan kemudahan dalam kehidupan manusia dan tidak memberikan kesulitan. Hal ini dikaitkan dengan teknologi yang dapat mempermudah manusia dalam bertransaksi. *E-Wallet* merupakan salah satu teknologi keuangan yang dimaksudkan untuk memudahkan segala transaksi keuangan seperti melakukan transfer yang awalnya harus mencari ATM untuk melakukannya dan mendaftar secara langsung ke kantor bank terdekat sekarang tidak perlu lagi karena sudah ada *e-wallet* yang bisa mendaftar melalui smartphone pengguna yang harus terhubung dengan jaringan internet dan dapat menyimpan serta mentransfer saldo dimanapun dan kapanpun dengan mudah.

## 6. Persepsi Risiko

### a. Pengertian Persepsi Risiko

Konsep persepsi risiko (*perceived risk*) telah dikaitkan dengan berbagai topik mengenai perilaku konsumen. Menurut Bank Indonesia, risiko adalah potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa (events) tertentu. Risiko juga dapat dianggap sebagai kendala/penghambat

---

<sup>55</sup> Ulin Nuha, Moh. Nurul Qomar, and Rafika Anissa Maulana, “Perlukah E-Wallet Berbasis Syariah?,” *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance* 4, no. 1 (2020): 59–68, <https://doi.org/10.21043/malia.v4i1.8449>.

pencapaian suatu tujuan, dengan kata lain risiko adalah kemungkinan yang berpotensi memberikan dampak negatif kepada sasaran yang ingin dicapai.<sup>56</sup> Persepsi risiko adalah keputusan konsumen untuk memilih, menunda atau menghindari keputusan menggunakan suatu teknologi karena risiko yang dapat terjadi. Menurut Jusuf, *perceived risk* didefinisikan sebagai persepsi pengguna terhadap ketidakpastian serta konsekuensi yang mencemaskan saat menggunakan teknologi tersebut.<sup>57</sup> Sedangkan menurut Marafon, persepsi risiko merupakan ekspektasi atau kemungkinan terjadinya kerugian yang ditentukan secara subjektif dari pengguna internet dalam melakukan transaksi di internet. Persepsi risiko ini sangat berkaitan dengan minat menggunakan dari aplikasi dompet digital (*e-wallet*) dikarenakan dalam melakukan transaksi di internet pastinya ada beberapa risiko yang mungkin terjadi, seperti risiko finansial, risiko kenyamanan, risiko psikologis, dan sebagainya.<sup>58</sup>

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko merupakan persepsi-persepsi pengguna tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam menggunakan suatu teknologi tersebut. Persepsi risiko dari penggunaan dompet digital OVO yaitu adanya risiko terkait finansial seperti pencurian uang atau kehilangan uang serta khawatir ditipu oleh oknum yang tidak bertanggung jawab dengan membobol akun dompet digital mereka dan mengalami kerugian. Banyak masyarakat yang tidak ingin menggunakan *e-wallet* karena mereka khawatir dalam penggunaan aplikasi tersebut dapat menimbulkan risiko-risiko yang tidak diinginkan.

---

<sup>56</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Manajemen Risiko 1* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), 6.

<sup>57</sup> Jusuf, *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*, 49.

<sup>58</sup> Daiane Lampugnani Marafon et al., "Perceived Risk and Intention To Use Internet Banking: The Effects Of Self-Confidence and Risk Acceptance," *International Journal of Bank Marketing* 36, no. 2 (2018): 277–89.

### b. Indikator Persepsi Risiko

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko menurut Pavlou (2003) sebagai berikut:

- 1) Berupa adanya risiko tertentu. Mengetahui informasi-informasi terkait risiko atau kerugian yang akan didapat saat menggunakan produk atau layanan.
- 2) Mengalami kerugian. Kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi pada saat menggunakan produk atau layanan yang dapat merugikan pengguna.
- 3) Pemikiran bahwa berisiko. Berpikir tentang kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi sebagai suatu konsekuensi negatif dari penggunaan sebuah produk atau layanan.<sup>59</sup>

### c. Persepsi Risiko Dalam Perspektif Bisnis Islam

Perkembangan era digital yang begitu cepat, sebagai umat muslim harus berhati-hati dalam melakukan transaksi digital. Bisa saja dalam transaksi tersebut terdapat hal-hal yang dilarang dalam syariat, dalam menghukumi suatu transaksi maka perlu dipahami apa saja akad yang digunakan dalam dompet digital. Hal ini dikarenakan dalam Islam transaksi yang dilakukan harus jelas agar dapat terhindar dari gharar (ketidakpastian). Sesuai firman Allah SWT yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا  
بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya

---

<sup>59</sup> Paul A. Pavlou, “Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model,” *International Journal of Electronic Commerce* 7, no. 3 (2003): 69–103.

dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat”. (QS. An-Nisa’ Ayat 58).

Ayat tersebut menjelaskan bahwasanya dalam menetapkan hukum haruslah bersikap adil. Hal ini kaitannya dengan para penyelenggara atau pembuat aplikasi transaksi digital haruslah memberitahu kepada masyarakat bagaimana manfaatnya, hukumnya, keamanan dan lainnya dan bertanggung jawab apabila terjadi penyimpangan dalam transaksi digital yang menyebabkan konsumen mengalami kerugian.

Privasi adalah hal yang terkait erat dengan data pribadi berupa biodata, lokasi, foto, video, maupun data-data penting lain yang dimiliki secara pribadi oleh seseorang. Bagi pengguna transaksi digital dalam hal keamanan penggunaan *e-wallet*, maka segala sesuatu yang melanggar privasi dapat diartikan sebagai tindakan pengambilan, perubahan, atau akses terhadap data pribadi seseorang tanpa izin terlebih dahulu dari pemiliknya. Hal itu termasuk dalam kategori kejahatan *cyber*.<sup>60</sup> Sebelum seseorang melakukan instalasi terhadap program yang berkaitan dengan data pribadi, biasanya pihak penyedia data aplikasi akan melakukan persetujuan terlebih dahulu jika akan menggunakan data yang terkait dengan privasi seseorang. Hal tersebut bertujuan agar suatu saat pihak penyedia aplikasi tidak dituntut atas dasar permasalahan privasi. Islam telah mengatur dengan jelas pentingnya

---

<sup>60</sup> Selisa Nur Leoni, Wahid Wachyu Adi Winarto, and M. Sultan Mubarak, “Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Kartu Atm Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Sahmiyya* 1, no. 1 (2022): 164–78, <http://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/sahmiyya/article/view/5408%0Ahttp://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/sahmiyya/article/download/5408/2402>.

menjaga privasi seseorang.<sup>61</sup> Sebagaimana firman Allah SWT yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَى أَهْلِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memasuki rumah yang bukan rumahmu sebelum meminta izin dan memberi salam kepada penghuninya. Yang demikian itu lebih baik bagimu, agar kamu (selalu) ingat. (QS. An-Nur ayat 27).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dilarang untuk memasuki rumah yang bukan rumahnya. Dalam hal ini, seseorang dilarang untuk melakukan pencurian data, meretas akun, dan membobol uang pengguna lain dari transaksi digital yang mengakibatkan seseorang mengalami kerugian.

## 7. Literasi Keuangan

### a. Pengertian Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan mendefinisikan literasi keuangan adalah suatu rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), ketrampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik. Seseorang dengan pengetahuan dan pemahaman tentang lembaga, produk dan jasa keuangan, serta memahami fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban dari suatu produk dan jasa keuangan dapat membentuk sebuah keterampilan dalam menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dalam upaya mencapai kesejahteraan keuangan yang

---

<sup>61</sup> Soediro, “Prinsip Keamanan, Privasi, Dan Etika Dalam Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Kosmik Hukum* 18, no. 2 (2018): 95–112.

berkelanjutan.<sup>62</sup> Dengan adanya pengetahuan mengenai literasi keuangan akan memberikan manfaat untuk jangka panjang jika seseorang tersebut bisa menggunakan informasinya dengan baik dalam penerapan kehidupannya. Lebih baiknya, seseorang bisa membantu orang lain bahkan perusahaan untuk mengelola dan mengambil setiap peluang untuk keberlangsungan hidup juga di masa depan. Literasi keuangan sangat membantu masyarakat terhindar dari masalah keuangan, karena dengan adanya literasi keuangan dapat membuat masyarakat tidak menghamburkan uangnya untuk membeli hal yang tidak dibutuhkan.

Literasi keuangan memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat yaitu mampu memilih dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai kebutuhan dan masyarakat dapat memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik dan mendapatkan pemahaman mengenai manfaat dan risiko produk dan layanan jasa keuangan. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan. Tujuan Literasi Keuangan Pasal 3 Literasi Keuangan meliputi yaitu meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu dan perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Konsumen dan/atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan.<sup>63</sup> Bhushan dan Medury (2013)

---

<sup>62</sup> Otoritas Jasa Keuangan, "Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30/SEOJK.07/2017," accessed November 27, 2022, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk>.

<sup>63</sup> Otoritas Jasa Keuangan, "Undang - Undang OJK Nomor 76 /POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Dan/Atau Masyarakat," 2016, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan>-

menjelaskan literasi keuangan sangat penting karena konsumen yang memiliki literasi keuangan bisa melalui masa-masa keuangan yang sulit karena faktanya bahwa mereka mungkin memiliki akumulasi tabungan, membeli asuransi dan diversifikasi investasi mereka.<sup>64</sup>

Berdasarkan berbagai pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan dalam mengaplikasikan pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan secara bijaksana. Masyarakat harus memahami literasi keuangan dengan benar seperti mengetahui manfaat dan risiko penggunaan *e-wallet* atau produk keuangan, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan layanan jasa keuangan yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

#### **b. Indikator Literasi Keuangan**

Indikator literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan. Langkah awal bagi seseorang untuk memiliki literasi keuangan yang baik yaitu pengetahuan mengenai industri jasa keuangan yang terdiri dari Perbankan maupun lembaga jasa keuangan lainnya. Langkah selanjutnya yaitu mengetahui produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan. Kemudian masyarakat perlu juga mengetahui karakteristik dari produk dan layanan jasa keuangan seperti manfaatnya, fiturnya, risiko, serta layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka.

---

konsumen/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau-masyarakat/SAL - POJK Literasi dan Inklusi Keuang.

<sup>64</sup> Puneet Bhushan and Yajulu Medury, "Financial Literacy and Its Determinants," *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBA)* 4, no. 2 (2013): 155–60.

- 2) Keterampilan. Keterampilan yaitu kemampuan untuk mengelola keuangan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. Semakin baik pemahaman individu terhadap literasi keuangan maka akan semakin baik juga individu tersebut mengelola keuangan.
- 3) Keyakinan. Dalam artian memiliki keyakinan terhadap lembaga, produk dan layanan jasa keuangan. Sebelum masyarakat menggunakan produk dan layanan jasa keuangan, masyarakat perlu memiliki keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan sebagai perusahaan yang menawarkan produk dan jasanya.
- 4) Sikap dan perilaku. Sikap dan perilaku keuangan tersebut memberikan gambaran bahwa literasi keuangan bukan hanya mengetahui, terampil dalam memanfaatkan, melainkan juga mengenai sikap dan perilaku keuangan seseorang agar hidup lebih sejahtera. Tujuan keuangan sangat penting karena akan menentukan bagaimana seseorang merencanakan dan mengelola keuangan untuk mencapai tujuan keuangan yang ingin dicapai.<sup>65</sup>

### c. Literasi Keuangan Dalam Perspektif Bisnis Islam

Dalam Islam, literasi keuangan merupakan salah satu instrumen yang penting. Islam menuntut ummat-Nya agar tidak menghambur-hamburkan hartanya secara berlebihan, hal ini sesuai dengan firman Allah :

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya : “Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan, dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”. (QS.Al-Isra’ Ayat 26)

---

<sup>65</sup> Otoritas Jasa Keuangan, “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017), 2017, [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)-.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-(Revisit-2017)-.aspx), 27-34.



Dalam ayat di atas Allah menjelaskan bahwa perilaku boros merupakan salah satu dari sifat Syaitan, sehingga hendaknya bagi umat Islam untuk menghindarinya. Terkadang ketika sudah memiliki harta, manusia membelanjakan harta dengan semaunya hingga akhirnya habis dalam waktu yang singkat. Mereka tidak memperhitungkan bagaimana kehidupan di masa yang akan datang (tidak menabung ataupun investasi). Memahami dan menerapkan literasi keuangan adalah salah satu ikhtiar agar pemberian dari-Nya bisa terkontrol dengan baik. Rezeki adalah pemberian Allah yang harus kita kelola dengan baik agar dapat memiliki daya guna yang tepat sasaran. Jika tidak, kita akan termasuk golongan orang yang berbuat zalim kepada harta. Salah satu cara agar dapat menghindari perbuatan boros dan mengelola harta dengan efisien adalah dengan mempelajari literasi keuangan dalam islam serta mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari.

## **8. Minat Penggunaan**

### **a. Pengertian Minat Penggunaan**

Tingkat keinginan untuk menggunakan sebuah teknologi informasi pada seseorang dapat dilihat dari perilaku individu tersebut terhadap teknologi. Ketika teknologi dianggap dapat menguntungkan dirinya, maka individu tersebut akan cenderung tetap menggunakan layanan teknologi informasi tersebut bahkan akan mengajak orang lain untuk ikut menggunakannya.<sup>66</sup> Oleh karena itu, minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi menjadi faktor yang penting. Menurut Foerthiono & Sadjarto, minat adalah ketertarikan seseorang pada suatu hal, dan hal tersebut akan mendorongnya untuk melakukan

---

<sup>66</sup> Mira Misissaifi and Jaka Sriyana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 10, no. 1 (2021): 109–24, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i1.276>.

suatu keputusan atau tindakan.<sup>67</sup> Minat juga memiliki makna kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan. Boleh dikatakan seseorang yang memiliki minat, cenderung akan berusaha mencoba dan berusaha untuk meraihnya. Minat penggunaan adalah kecenderungan ketertarikan pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk mendapatkan sebuah kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Apabila dalam menggunakan teknologi baru tersebut, pengguna merasa puas, maka pengguna tidak akan ragu untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan.<sup>68</sup> Minat penggunaan merupakan situasi seseorang dimana seseorang menerima dorongan dari luar dirinya yang dilihatnya kemudian timbul rasa ketertarikan dan keinginan untuk menggunakan, mencoba atau memiliki produk tersebut.<sup>69</sup>

Berdasarkan definisi minat diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah ketertarikan seseorang pada suatu hal dan hal tersebut akan mendorong sikap untuk melakukan suatu keputusan atau tindakan. Minat menggunakan *e-wallet* didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas.

## **b. Indikator Minat Penggunaan**

Minat dalam menggunakan e-wallet dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

---

<sup>67</sup> Ismaulina and Ali Muhayatsyah, *Keputusan Mahasiswa Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Memilih Jurusan Baru* (Banten: CV. AA Rizky, 2020), 23.

<sup>68</sup> Dinar Dhea Safitri and Nur Diana, "Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompet Elektronik (Ovo) Dalam Transaksi Keuangan," *E-Jra* 9, no. 5 (2020): 92–107.

<sup>69</sup> Afolo and Dewi, "Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan."

- 1) Keinginan untuk menggunakan. Seseorang yang memiliki keinginan terhadap sesuatu kegiatan tentunya ia akan melakukan atas keinginan dirinya sendiri. Keinginan merupakan indikator minat yang datang dari dorongan diri, apabila yang dituju sesuatu yang nyata.
- 2) Kepuasan. Kecenderungan atau ketertarikan pada sesuatu dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk mendapatkan sebuah kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi.
- 3) Akan Merekomendasikan. Ketika seseorang merasa nyaman menggunakan suatu teknologi, besar kemungkinan ia akan merekomendasikannya kepada orang lain.
- 4) Keputusan untuk menggunakan secara berkelanjutan. Apabila dalam menggunakan teknologi baru tersebut, pengguna merasa puas, maka pengguna tidak akan ragu untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan.<sup>70</sup>

### c. Minat Penggunaan Dalam Perspektif Bisnis Islam

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong manusia untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan dan mereka bebas untuk memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, maka mereka merasa berminat kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat pun berkurang. Hal ini dapat disimpulkan dengan kata lain minat merupakan proses dalam diri seseorang yang mengikat pada pilihan dan perubahan pada individu, yaitu terdapat dalam ayat Al-quran surat Ar-Ra'd ayat 11:

ۚ لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ ۖ يَحْفَظُونَهُ ۗ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا  
 يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُمَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ  
 لَهُ ۚ وََمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ ۚ مِنْ وَآلٍ

<sup>70</sup> Davis, Bagozzi, and Warshaw, "User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models."

Artinya : “Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”. (QS.Ar-Ra’d Ayat 11)

Ayat ini digunakan sebagai ayat motivasi bahwa Allah tidak akan mengubah nasib seseorang menjadi lebih baik kecuali dengan usaha dan jerih payahnya sendiri. Hal tersebut berkaitan dengan minat seseorang menggunakan suatu teknologi yaitu *e-wallet*. *E-Wallet* mengubah kehidupan masyarakat terutama dalam bidang keuangan dengan bertransaksi menjadi lebih praktis hanya melalui smartphone yang tersambung dengan jaringan internet sehingga masyarakat tidak perlu pergi ke ATM untuk melakukan transaksi.<sup>71</sup> Dengan segala kecanggihan teknologi tersebut, menyimpan uang maupun melakukan segala pembayaran seperti membayar listrik, PDAM, membeli pulsa, mentransfer dana, maupun investasi dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan menggunakan *e-wallet*.

Dalam Islam, ada sifat dasar yang diperlukan untuk memilih sesuatu dalam minat konsumen muslim menggunakan suatu barang/jasa yaitu :

- 1) Objek barang dan jasa tersebut harus halal dan tayyib. Konsumsi sesuatu yang halal dan thayyib adalah ukuran seseorang dalam menjalankan etika dan norma dalam

---

<sup>71</sup> Elizabeth Amelia Permata Sari, “Peran Fintech Syariah Dalam Ekonomi Islam Di Indonesia,” *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance and Economics (NSAFE)* 2, no. 2 (2022): 122–32, <http://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/view/2332%0Ahttp://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/download/2332/1465>.

konsumsi Islam. Konsumsi seorang muslim dibatasi pada barang-barang yang halal.

- 2) Kemanfaatan atau kegunaan barang dan jasa yang dikonsumsi.
- 3) Kuantitas barang dan jasa yang dikonsumsi tidak berlebihan. Barang atau jasa tidak dapat dikonsumsi sebanyak yang diinginkan, harus dibatasi sebatasukupnya (keperluan), demi menghindari kemewahan, berlebih-lebihan dan kemubaziran.<sup>72</sup>

Minat dalam Islam dikaji dengan mengetahui penggunaan yang mengandung masalah (baik dan manfaat). Minat memiliki arti kecenderungan individu dalam memilih produk dan jasa bebas memilih apa yang disukai dan ada manfaatnya. Adanya pandangan islam mengenai minat memberikan arahan agar setiap kita memilih minat dalam menggunakan sesuatu haruslah mengarah pada nilai-nilai kebajikan. Nilai-nilai dasar dalam islam tersebut diterapkan dalam melakukan aktivitas sosial ekonominya.

### 8. *E-Wallet*

Salah satu inovasi yang menggunakan kemajuan teknologi dikenal dengan dompet digital (*e-wallet*). *E-wallet* adalah sistem pembayaran digital yang dapat diakses melalui internet atau jaringan online lainnya. *E-Wallet* adalah aplikasi elektronik yang memungkinkan pelanggannya melakukan transaksi secara online melalui smartphone secara mudah, cepat dan aman. Tujuan utama *e-wallet* adalah untuk memfasilitasi penyimpanan uang dan membuat pengalaman pengguna dengan transaksi keuangan lebih cepat, dan mudah. Beberapa contoh *e-wallet* yaitu OVO, Dana, Shopeepay, GoPay, LinkAja, saku dan lain-lain.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Charisma Jalil Indranata, "Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi Dalam Islam," *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 22, no. 01 (2022): 59–81, <https://doi.org/10.32939/islamika.v22i01.1094>.

<sup>73</sup> Wahyu Sahara Ramadhana Manurung, Nur Ahmadi Bi Rahmani, and Nuri Aslami, "Pengaruh Perilaku Konsumtif, Pemberian Reward, Redibilitas Platform Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Transaksi E-Commerce Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa FEBI

Dalam penelitian ini mengkaji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, literasi keuangan terhadap minat menggunakan e-wallet dalam perspektif bisnis Islam (studi pada pengguna OVO di Bandar Lampung). OVO merupakan produk *financial technology* berbasis aplikasi digital payment. Dilansir dari *Wikipedia*, OVO adalah sebuah layanan dompet elektronik yang memiliki fitur penyimpanan uang elektronik serta dapat digunakan untuk pembayaran segala transaksi sesuai kebutuhan masyarakat di Indonesia. OVO telah resmi diluncurkan pada bulan September tahun 2017 yang ada di bawah naungan PT Visionet International. OVO menjadi solusi pembayaran non tunai yang digunakan dalam proses transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan mudah. OVO memberikan layanan transaksi keuangan secara online. Aplikasi OVO menawarkan layanan untuk bertransaksi secara cepat, mudah dan praktis, banyak promo, top-up saldo mudah dilakukan dimana saja dan adanya sistem poin sebagai *loyalty rewards* untuk pengguna.<sup>74</sup>

Manfaat dari penggunaan e-wallet dibandingkan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya:

- a. Praktis, Mudah dan Efisien. Karena penggunaannya secara *online*, dompet digital menjadi lebih praktis dan tidak lagi mengharuskan kita membawa uang tunai. Ini menjadi pilihan yang sangat disukai milenial karena transaksi menjadi lebih mudah. Selain itu, kita tidak perlu datang ke ATM untuk mengambil uang karena cukup membuka *smartphone* dari rumah, transaksi pun dapat dilakukan dengan sangat efisien.
- b. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-wallet* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi *on-line*, tanda tangan maupun PIN.

---

UIN Sumatera Utara),” *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 3, no. 1 (2023): 291–311.

<sup>74</sup> *Wikipedia*, “OVO (Pembayaran).”

- c. *Electronic value* yaitu dapat *top-up* (isi ulang) saldo kedalam aplikasi *e-wallet* melalui berbagai sarana yang disediakan dimanapun dan kapanpun.
- d. Tidak membutuhkan uang kembalian dalam bentuk uang recehan, karena setiap transaksi akan langsung terpotong pada uang elektronik.
- e. Terdapat *history* transaksi. *E-wallet* menyediakan berbagai layanan dan fitur yang dapat digunakan penggunanya. Riwayat pemakaian dapat membantu dalam pembuatan catatan atau laporan keuangan pengguna. Setiap transaksi yang telah dilakukan akan ditampilkan secara rinci di menu bagian *history*. Dompot digital dapat digunakan untuk segala macam transaksi seperti pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, air, BPJS, dan sebagainya, transfer online ke rekening bank tertentu atau ke nomor telepon sesama pengguna *e-wallet* tersebut, membeli pulsa, investasi online, dan bahkan bersedekah.<sup>75</sup>

Dalam transaksi pembayaran pada uang elektronik terdapat prinsip-prinsip syariah yang harus diterapkan pada media uang elektronik agar sesuai dengan ketentuan uang elektronik syariah, prinsip yang harus diterapkan pada transaksi pembayaran uang elektronik :sebagai berikut :

- a. Tidak Mengandung Maysir. Maysir yaitu transaksi yang di dalamnya mengandung unsur perjudian. Penyelenggaraan uang elektronik harus didasarkan oleh kebutuhan pembayaran retail yang menuntut pada transaksi yang lebih cepat dan efisien, tidak untuk kebutuhan transaksi yang mengandung maysir. Maysir adalah suatu perbuatan yang keji yang dilarang oleh Allah SWT, sebagaimana Allah berfirman dalam QS.Al-Maidah Ayat 90 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ  
الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

---

<sup>75</sup> Mutiara Riska Olanda, “Manfaat Dompot Digital Bagi Milenial Dalam Mudahkan Transaksi,” accessed December 4, 2022, [https://digitalbisa.id/artikel/manfaat-dompot-digital-bagi-milenial-dalam-mudahan-transaksi](https://digitalbisa.id/artikel/manfaat-dompot-digital-bagi-milenial-dalam-mudahkan-transaksi).

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkurban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung. (QS.Al-Maidah Ayat 90)

- b. Tidak Mendorong Israf. Uang elektronik pada dasarnya digunakan sebagai alat pembayaran retail atau mikro, agar terhindar dari Israf (pengeluaran yang berlebihan) dalam konsumsi maka dilakukan pembatasan jumlah nilai uang elektronik periode tertentu.<sup>76</sup> Sebagaimana Allah berfirman :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰزِيۡنَكَ مِمَّا عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوۡا وَاشْرَبُوۡا وَلَا تُسْرِفُوۡا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِيۡنَ

Artinya : “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. (QS.Al-Maidah Ayat 90)

- c. Tidak digunakan untuk transaksi objek haram. Uang elektronik sebagai alat pembayaran dengan menggunakan prinsip Syariah, maka uang elektronik tidak boleh digunakan untuk pembayaran transaksi objek haram yaitu barang yang dilarang dimanfaatkan menurut hukum Islam.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> M Rizky Wady Abdulfattah and Rachmat Rizky Kurniawan, “Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2018): 90–106.

<sup>77</sup> Ibid, 95



## B. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yaitu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).<sup>78</sup>

Minat penggunaan merupakan situasi seseorang dimana seseorang menerima dorongan dari luar dirinya yang dilihatnya kemudian timbul rasa ketertarikan dan keinginan untuk menggunakan, mencoba atau memiliki produk tersebut.<sup>79</sup> *E-Wallet* adalah aplikasi elektronik yang dapat melakukan transaksi secara online melalui smartphone secara mudah, cepat dan aman.<sup>80</sup> Minat menggunakan *e-wallet* sangat bergantung pada persepsi mereka terhadap teknologi digital tersebut.

Ada 3 hal yang membuat masyarakat minat menggunakan *e-wallet* yaitu adanya persepsi kemudahan penggunaan yang berarti seseorang tertarik apabila *e-wallet* mudah digunakan oleh penggunanya, adanya persepsi risiko yang berarti seseorang tertarik apabila dalam penggunaan *e-wallet* tidak adanya risiko dalam penggunaannya seperti peretasan ataupun pencurian data yang membuat penggunanya kehilangan uang sehingga penggunanya mengalami kerugian, dan literasi keuangan yang berarti seseorang tertarik menggunakan *e-wallet* apabila individu tersebut memiliki pengetahuan tentang *e-wallet* seperti cara mengoperasikannya serta memanfaatkan *e-wallet* untuk memenuhi kebutuhan dan tidak berlebihan saat menggunakannya.

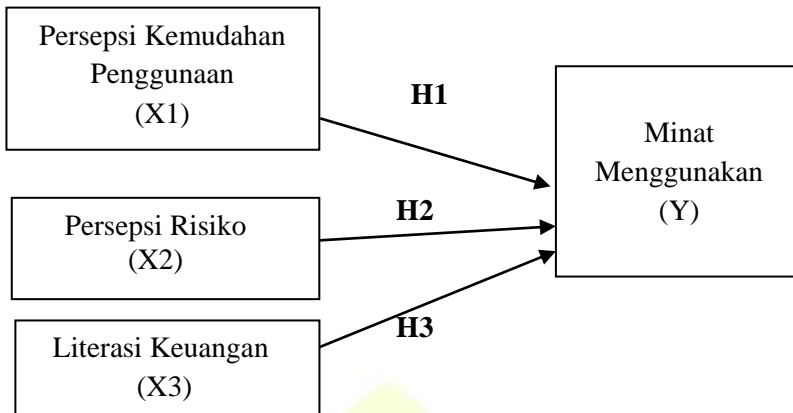
Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

---

<sup>78</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017), 91.

<sup>79</sup> Afolo and Dewi, "Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan."

<sup>80</sup> Nasution, Aminy, and Ramadani, *Ekonomi Digital*.



Gambar 2.3  
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas menjelaskan bahwa dalam penelitian ini terdapat variabel independen (variabel bebas) yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Risiko (X2) dan Literasi Keuangan (X3). Sedangkan variabel dependen (variabel terikat) dalam penelitian ini yaitu Minat Menggunakan (Y). Setelah itu, dalam penelitian ini ingin meneliti dalam perspektif Bisnis Islam.

### C. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis penelitian digunakan sebagai dasar dalam pengambilan kesimpulan pada penelitian. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Penentuan hipotesis sendiri berdasarkan pada kajian teoritis, penelitian yang relevan, dan kerangka berpikir, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) terhadap Minat Menggunakan E-Wallet (Y)

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang mempercayai bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan sebagai alat ukur untuk menganalisis penerimaan individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Persepsi kemudahan berkaitan dengan di mana orang percaya bahwa teknologi

informasi dapat dengan mudah dipahami. Ketika seseorang semakin percaya bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan upaya yang minim, maka minat seseorang untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati (2021) menyatakan bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.<sup>81</sup> Jika persepsi kemudahan penggunaan semakin mudah digunakan, mudah dipelajari, mudah untuk berinteraksi dan fleksibel maka minat pengguna dalam menggunakan financial technology akan meningkat. Jika seseorang merasa atau meyakini bahwa sistem teknologi informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya begitupun sebaliknya, jika sistem tidak mudah digunakan maka tidak akan menggunakannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salepa Celik Misrami Afolo dan Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi (2022) yang menyatakan bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna E-Wallet, yang artinya menunjukkan bahwa pengguna tertarik akan kemudahan yang ditampilkan dalam layanan e-wallet. Aplikasi telah dirancang agar pengguna dapat dengan mudah mengaplikasikannya tanpa menggunakan usaha yang rumit serta membutuhkan waktu yang lama sehingga pengguna semakin tertarik untuk menggunakan E-Wallet.<sup>82</sup>

Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Mia Andika Sari, dkk (2019) yang menyatakan bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan E-Wallet Gopay dan LinkAja, artinya responden pada penelitian ini belum merasakan beberapa kemudahan yang ditawarkan oleh Gopay dan LinkAja.

---

<sup>81</sup> Noviyanti and Erawati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul)."

<sup>82</sup> Afolo and Dewi, "Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan."

Gopay dan LinkAja dinilai memiliki sistem prosedur pembayaran dengan Gopay/LinkAja di merchant yang tidak mudah untuk dipelajari dan dipahami, proses pembayaran dengan Gopay/LinkAja di merchant terkadang tidak mudah untuk digunakan, dan juga tampilan Gopay/LinkAja tidak mudah untuk dioperasikan sesuai dengan keinginan pengguna, sehingga tidak menghemat waktu dan tenaga pengguna. Dengan sulitnya pengguna menggunakan aplikasi tersebut akan berimbas pada enggannya minat masyarakat dalam penggunaan teknologi tersebut.<sup>83</sup>

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* (Y)

## **2. Pengaruh Persepsi Risiko (X2) terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* (Y)**

Persepsi risiko adalah berbagai persepsi yang berasal dari pelanggan tentang ketidakpastian serta banyaknya konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. Terkadang para pengguna e-wallet mengalami kekhawatiran dengan menggunakan e-wallet. Persepsi risiko menjadi sejumlah persepsi yang diungkapkan oleh konsumen perihal tidak pastinya suatu sistem beserta dengan sederet konsekuensi yang tidak konsumen inginkan ketika menjalankan sebuah teknologi tersebut..

Pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati (2020) menyatakan bahwa pengaruh persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet*, yang artinya apabila tingkat persepsi risiko pada *e-wallet* meningkat ataupun menurun maka akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap

---

<sup>83</sup> Mia Andika Sari et al., "Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Produk Gopay Dan LinkAja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek)," *Jurnal Ekonomi & Bisnis* VOL. 18, no. 2 (2019): 126–34.

minat menggunakan *E-Wallet*.<sup>84</sup> Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eni Wijaya dan Riauli Susilawati (2021) yang menyatakan bahwa pengaruh persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet. Persepsi risiko terhadap penggunaan GoPay berarti bahwa semakin tinggi risiko maka penggunaan GoPay akan menurun. Sebaliknya, Mayoritas pengguna dompet elektronik lebih memilih melakukan transaksi pembayaran ketika keadaannya memang menguntungkan dan cenderung menghindari risiko yang besar.<sup>85</sup>

Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Veronica Ong dan Nuryasman MN (2022) yang menyatakan bahwa pengaruh *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet, yang artinya semakin tinggi risiko yang ada di dalam suatu aplikasi, semakin berhati-hati juga pengguna aplikasi tersebut. Sebaliknya, semakin rendah risiko yang ada di dalam suatu aplikasi, semakin lepas kendali pengguna terhadap aplikasi tersebut.<sup>86</sup>

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Persepsi Risiko (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* (Y)

### **3. Pengaruh Literasi Keuangan (X3) terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* (Y)**

Literasi keuangan yaitu pengetahuan kemampuan seseorang dalam mengatur keuangan pribadinya dengan baik sehingga terjadinya kesejahteraan. Adanya literasi keuangan dalam menggunakan *e-wallet* menjadi suatu hal yang penting bagi

---

<sup>84</sup> Rodiah and Melati, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang."

<sup>85</sup> Eni Wijaya and Riauli Susilawati, "Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan (Trust) Pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus Pada Layanan Pembayaran Digital Gopay)," *Indonesian Accounting Literacy Journal* 2, no. 1 (2021): 202–9, <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i1.3355>.

<sup>86</sup> Veronica Ong and Nuryasman MN, "Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Pengguna LINKAJA."

seseorang dalam melakukan akses layanan keuangan digital serta mengoperasikan aplikasi tersebut secara bijak dan efektif.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Trisna Aditya dan Luh Putu Mahyuni (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan fintech. Hal tersebut memang membuktikan bahwa generasi milenial memang memiliki pengetahuan yang baik dan mereka yang sudah terbiasa menggunakan teknologi tersebut dan mereka sudah memahami pola fitur aplikasi untuk bertransaksi sehingga mereka sudah mengetahui informasi – informasi mengenai resiko atau kegagalan yang ditimbulkan akibat bertransaksi menggunakan fintech.<sup>87</sup> Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lusiana Herlinawati dan Astrie Krisnawati (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan OVO pada ibu rumah tangga di kota Bandung, berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan penggunaan seseorang dalam menggunakan *e-wallet* OVO.<sup>88</sup>

Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Aulia Puspa Giriani dan Susanti (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *e-money* yang berarti tingginya tingkat literasi keuangan mahasiswa tidak mempengaruhi penggunaan alat pembayaran secara elektronik. Penggunaan *e-money* saat ini tidak memerlukan pengetahuan dan pemahaman tinggi dari setiap pemiliknya karena *e-money* mudah untuk dipelajari.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup> Trisna Aditya and Luh Putu Mahyuni, “Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan , Manfaat , Keamanan Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech,” *Jurnal Ekonomi , Manajemen Dan Akuntansi* 24, no. 2 (2022): 245–58, <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>.

<sup>88</sup> Lusiana Herlinawati and Astrie Krisnawati, “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung The Effect Of Financial Literation On The Decision Of Using OVO In Housewives In Bandung City,” *EProceedings of Management* 8, no. 3 (2021).

<sup>89</sup> Aulia Puspa Giriani and Susanti, “Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan e-Money,” *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi* 6, no. 2 (2021): 27–37, <https://doi.org/10.29407/jae.v6i2.15921>.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Literasi Keuangan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet (Y)



## DAFTAR RUJUKAN

- Abdulfattah, M Rizky Wady, and Rachmat Rizky Kurniawan. “Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2018): 90–106.
- Adiandari, Ade Maharini. *Pengantar Literasi Keuangan*. Makassar: PT Nas Media Indonesia, 2022.
- Aditya, Trisna, and Luh Putu Mahyuni. “Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan , Manfaat , Keamanan Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech.” *Jurnal Ekonomi , Manajemen Dan Akuntansi* 24, no. 2 (2022): 245–58. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>.
- Afolo, Salepa Celik Misrami, and Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi. “Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan.” *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 13, no. 2 (2022): 267–77. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>.
- Aisyah, Maulidyati, and Tirta Artami Ardiningsih. “Pengaruh Persepsi Risiko Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking : Peran.” *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 12, no. 1 (2022): 92–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5987>.
- Andista, Devi Rahayu, and Riaull Susilawaty. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Dalam Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman Online.” *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar* 12 (2021): 1228–33. <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2919>.
- Anestia, Corry. “Laporan Buku: OVO Pimpin Pangsa Pasar ‘Mobile Wallet’ Di Indonesia.” *DailySocial.id*, 2021. <https://dailysocial.id/post/laporan-buku-ovo-pimpin-pangsa-pasar-mobile-wallet-di-indonesia>.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Filsafat Hukum Hibah Dan Wasiat Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018.
- Ansyah, Mardi. “Gagal Upgrade Akun OVO Premier.” *MediaKonsumen.com*. Accessed March 27, 2023.



- <https://mediakonsumen.com/2020/11/19/surat-pembaca/gagal-ugrade-akun-ovo-premier#0>.
- Ardianto, Elvinaro, and Bambang Q-Aness. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.
- Ariyadi. "Bisnis Dalam Islam." *Jurnal Hadratul Madaniyah* 5, no. 1 (2018): 13–26.
- Atarwaman, Rita J.D. "Pengaruh Persepsi Resiko, Kegunaan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking Di Kota Ambon." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. 2 (2022): 281–90.
- Ayesha, Ivonne. *Ekonomi Mikro Islam*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Badan Pusat Statistik Bandar Lampung. "Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin (Jiwa) Tahun 2020-2022." Accessed June 1, 2023. <https://bandarlampungkota.bps.go.id/indicator/12/32/1/jumlah-penduduk-berdasarkan-jenis-kelamin.html>.
- Bank Indonesia. "Statistik Sistem Pembayaran Dan Infrastruktur Pasar Keuangan." Accessed April 15, 2023. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Pages/SPIP-Januari-2023.aspx>.
- Bari, Andriansyah, and Randy Hidayat. "TEORI HIRARKI KEBUTUHAN MASLOW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK GADGET." *MOTIVASI* 7, no. 1 (2022): 8. <https://doi.org/10.32502/mti.v7i1.4303>.
- Bhushan, Puneet, and Yajulu Medury. "Financial Literacy and Its Determinants." *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBA)* 4, no. 2 (2013): 155–60.
- Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. "User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Of Two Theoretical Models." *Management Science* 35, no. 8 (1989).
- Desita, Widya, and Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet)." *Jurnal Akuntansi Profesi* 13, no. 1 (2022): 115–24.

- <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jippg.v3i2>.
- Dewi, Wayan Weda Asmara, Nurfian S. Febriani, Nia Ashton Destrity, Dian Tamitiadini, Azizun Kurnia Illahi, Wifka Rahma Syaui, Fitria Avicenna, Diyah Ayu Amalia Avina, and Bambang Dwi Prasetyo. *Teori Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press, 2022.
- Ekasari, Yudi. “Tidak Bisa Login Akun OVO, Saldo Jutaan Rupiah Tertahan Sudah Hampir Sebulan.” *MediaKonsumen.com*. Accessed March 28, 2023. <https://mediakonsumen.com/2022/05/28/surat-pembaca/tidak-bisa-login-akun-ovo-saldo-jutaan-rupiah-tertahan-sudah-hampir-sebulan>.
- Ersaningtyas, Awalina Putri, and Ety Dwi Susanti. “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur).” *Jurnal Bisnis Indonesia* 10, no. 2 (2019): 185–98.
- Fauzan, Fajar, and Mudiantono. “Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Lokasi Terhadap Minat Terus Sebagai Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kost Sekitar Tembalang Dalam Empat Wilayah.” *Diponegoro Journal of Management* 4, no. 1 (2015): 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Ghozali, Imam. *Partial Least Squares : Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9. Untuk Penelitian Empiris Edisi 3*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2021.
- Giriani, Aulia Puspa, and Susanti. “Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan e-Money.” *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi* 6, no. 2 (2021): 27–37. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i2.15921>.
- Harahap, Isnaini, Yenni Samri Juliati Nasution, Marliyah, and Rahmi Syahriza. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.
- Herlinawati, Lusiana, and Astrie Krisnawati. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung The Effect Of Financial

- Literation On The Decision Of Using OVO In Housewives In Bandung City.” *EProceedings of Management* 8, no. 3 (2021).
- Huda, Miftahul. *Bisnis Web Hosting (Teknologi Pendukung Untuk Menjalankan Usaha Web Hosting)*. Bandung: Bisakimia, 2021.
- Iffat, Muhammad Farid, and Ayu Chairina Laksmi. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompet Elektronik Di Kota Medan.” *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* 5 (2023): 441–49. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Manajemen Risiko 1*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Indranata, Charisma Jalil. “Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi Dalam Islam.” *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 22, no. 01 (2022): 59–81. <https://doi.org/10.32939/islamika.v22i01.1094>.
- Ismaulina, and Ali Muhayatsyah. *Keputusan Mahasiswa Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Memilih Jurusan Baru*. Banten: CV. AA Rizky, 2020.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. 1st ed. Yogyakarta: ANDI, 2007.
- Juita, Verni, Firdaus, and Tria Najla Prima Hermanto. “Studi Prilaku Pengguna Layanan Financial Technology (Fintech) Di Indonesia: Analisa Persepsi Risiko Dan Manfaat.” *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)* 10, no. 2 (2020): 118–31. <https://doi.org/10.24036/011100040>.
- Jusuf, Dewi Indriani. *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: ANDI, 2018.
- Kemdikbud. “Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring.” Accessed November 25, 2022. [kbbi.kemdikbud.go.id](http://kbbi.kemdikbud.go.id).
- Latifah, Eni. *Pengantar Bisnis Islam*. Semarang: CV. Sarnu Untung, 2020.
- Lemeshow, Stanley, David W Hosmer Jr, Janelle Klar, and Stephen K. Lwanga. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997.
- Leoni, Selisa Nur, Wahid Wachyu Adi Winarto, and M. Sultan Mubarak. “Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Kartu Atm

- Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Sahmiyya* 1, no. 1 (2022): 164–78. <http://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/sahmiyya/article/view/5408%0Ahttp://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/sahmiyya/article/download/5408/2402>.
- Lestari, Muji, Ahmad Soleh, and Suswati Nasution. “The Effect of E-Wallet and E-Money on Consumptive Behavior of the People of Bengkulu City.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan* 4, no. 1 (2023): 85–94.
- Localise SDGs. “Profil Daerah Kota Bandar Lampung.” Accessed June 1, 2023. <https://localisesdgs-indonesia.org/profil-tpb/profil-daerah/35>.
- Manurung, Wahyu Sahara Ramadhana, Nur Ahmadi Bi Rahmani, and Nuri Aslami. “Pengaruh Perilaku Konsumtif, Pemberian Reward, Redibilitas Platform Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Transaksi E-Commerce Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara).” *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 3, no. 1 (2023): 291–311.
- Marafon, Daiane Lampugnani, Kenny Basso, Lelis Balestrin Espartel, Marcia Dutra de Barcellos, and Eduardo Rech. “Perceived Risk and Intention To Use Internet Banking: The Effects Of Self-Confidence and Risk Acceptance.” *International Journal of Bank Marketing* 36, no. 2 (2018): 277–89.
- Maslow, Abraham H. *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row Publisher, 1970.
- Medias, Fahmi. *Ekonomi Mikro Islam*. Magelang: Unimma Press, 2022.
- Misissaifi, Mira, and Jaka Sriyana. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 10, no. 1 (2021): 109–24. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i1.276>.
- Muna, Nilna, Ni Nyoman Kerti Yasa, Ni Wayan Ekawati, and I Made Artha Wibawa. *Kinerja Bisnis: Berdasarkan Perspektif Kualitas Jejaring Bisnis, Inovasi Produk, Dan Adopsi Media Sosial, Konsep Dan Aplikasi Penelitian*. Bandung: CV Media Sains

- Indonesia, 2022.
- Nasution, Dewi Sartika, Muhammad Muhajir Aminy, and Lalu Ahmad Ramadani. *Ekonomi Digital*. Mataram: Sanabil Publishing, 2019.
- Nawawi, Ismail. *Perilaku Administrasi (Kajian, Teori Dan Pengantar Praktik)*. Surabaya: ITS Press, 2009.
- Noviyanti, Akhnes, and Teguh Erawati. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul).” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia* 4, no. 2 (2021): 65–74. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3253>.
- Nuha, Ulin, Moh. Nurul Qomar, and Rafika Anissa Maulana. “Perlukah E-Wallet Berbasis Syariah?” *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance* 4, no. 1 (2020): 59–68. <https://doi.org/10.21043/malia.v4i1.8449>.
- Olanda, Mutiara Riska. “Manfaat Dompnet Digital Bagi Milenial Dalam Mudahkan Transaksi.” Accessed December 4, 2022. <https://digitalbisa.id/artikel/manfaat-dompnet-digital-bagi-milenial-dalam-mudahan-transaksi>.
- Otoritas Jasa Keuangan. “Infografis Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022,” 2022. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx#:~:text=Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks,2019 yaitu 76%2C19 persen>.
- . “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017).” Otoritas Jasa Keuangan, 2017. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)-.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-(Revisit-2017)-.aspx).
- . “Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30/SEOJK.07/2017.” Accessed November 27, 2022. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk>.
- . “Undang - Undang OJK Nomor 76 /POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Dan/Atau Masyarakat,” 2016.

- [https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau-masyarakat/SAL - POJK Literasi dan Inklusi Keuang](https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau-masyarakat/SAL-POJK%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuang).
- Pavlou, Paul A. "Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model." *International Journal of Electronic Commerce* 7, no. 3 (2003): 69–103.
- Pirlympou, Zoi. "A Critical Study: How Gender Determines Consumer Preferences." *Journal of Economics and Business* XX, no. 2 (2017): 29–37.
- Pratama, Andhika Bayu, and I Dewa Gede Dharma Saputra. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik." *E-Jurnal Akuntansi* 27, no. 2 (2019): 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>.
- Purnama, Dian. "Masukan Untuk Call Center OVO, Terkait Laporan Penipuan." *MediaKonsumen.com*, 2022. <https://mediakonsumen.com/2022/09/07/surat-pembaca/masukan-untuk-call-center-ovo-terkait-laporan-penipuan>.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Alfabeta, 2011.
- Putra, A Glenntiko Wiratama. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Electronic Wallet (E-Wallet) Di Masyarakat." *Contemporary Studies In Economic, Finance, And Banking* 1, no. 3 (2022): 507–18. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21776/csefb.2022.01.3.12>.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Rahmah, Fika Khairu, Sri Hartiyah, and M Trihudiyatmanto. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Wonosobo)." *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 2, no. 3 (2022): 97–109.

- Rodiah, Siti, and Inaya Sari Melati. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang." *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* 1, no. 2 (2020): 66–80. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>.
- Safitri, Dinar Dhea, and Nur Diana. "Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (Ovo) Dalam Transaksi Keuangan." *E-Jra* 9, no. 5 (2020): 92–107.
- Saraswati, Adinda Niken, and Ainun Mardhiyah. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Generasi Millennial." *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry* 2, no. 1 (2023): 48–58.
- Sari, Elizabeth Amelia Permata. "Peran Fintech Syariah Dalam Ekonomi Islam Di Indonesia." *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance and Economics (NSAFE)* 2, no. 2 (2022): 122–32. <http://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/view/2332%0Ahttp://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/download/2332/1465>.
- Sari, Mia Andika, Rodiana Listiawati, Novitasari, and Rahmanita Vidyasari. "Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay Dan LinkAja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek)." *Jurnal Ekonomi & Bisnis* VOL. 18, no. 2 (2019): 126–34.
- Savitri, Almira Deana, and Abdul Muslim. "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Berbasis Server." *Jurnal Administrasi Bisnis* 2, no. 5 (2022): 740–50.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Soediro. "Prinsip Keamanan, Privasi, Dan Etika Dalam Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dalam Perspektif

- Hukum Islam.” *Kosmik Hukum* 18, no. 2 (2018): 95–112.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- . *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Syahidah, Andi Arini, and Muhammad Fikry Aransyah. “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal SISFOKOM (Sistem Informasi Dan Komputer)* 12, no. 1 (2023): 36–44. <http://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/sisfokom/article/viewFile/1593/885>.
- Syukriyyah, and Karyaningsih. “Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang.” *Journal Of Islamic Education Management* 3, no. 2 (2023): 263–87. <https://doi.org/10.47476/manageria.v3i2.2329>.
- Utami, Wikan Budi. “Analisa Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja Dosen Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aas.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 2 (2017): 125–38. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i2.106>.
- Veronica Ong, and Nuryasman MN. “Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Pengguna LINKAJA.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2022): 516–24.
- Wijaya, Eni, and Riauli Susilawati. “Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan (Trust) Pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus Pada Layanan Pembayaran Digital Gopay).” *Indonesian Accounting Literacy Journal* 2, no. 1 (2021): 202–9. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i1.3355>.
- Wikipedia. “OVO (Pembayaran).” Accessed March 28, 2023. [https://id.wikipedia.org/wiki/OVO\\_\(pembayaran\)](https://id.wikipedia.org/wiki/OVO_(pembayaran)).
- Yuhelmi et al. “Peran Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Mobile Banking.” *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)* 2, no. 1 (2022): 20–25. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.201>.



Zada, Chrysilla, and Yunita Sopiana. "Penggunaan E- Wallet Atau Dompot Digital Sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM Di Kecamatan Banjarmasin Tengah." *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan* 4, no. 1 (2021): 251–68.





## LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Konsumen Pengguna *E-Wallet* OVO

Di Bandar Lampung

Dengan hormat, bersama kuesioner ini saya:

Nama : Fitria Ningsih

NPM : 1951040309

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

Universitas : UIN Raden Intan Lampung

Dengan ini, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner yang terkait dengan penyusunan skripsi saya yang berjudul: **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* (Studi Pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)”**

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i selaku pengguna OVO untuk dapat mengisi kuesioner sesuai dengan petunjuk yang telah diberikan dan dijawab dengan sebenar-benarnya.

Saya menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i dan semua informasi yang terkumpul dari kuesioner hanya akan digunakan untuk kepentingan keilmuan. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Fitria Ningsih

## I. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda ceklist ( $\surd$ ) pada kolom yang tersedia, yang diisi sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Setiap pernyataan hanya memerlukan satu jawaban.

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## II. Identitas Responden

1. Nama : \_\_\_\_\_
2. Jenis Kelamin : (    ) Laki-laki  
(    ) Perempuan
3. Usia : (    ) 17 - 21 tahun  
(    ) 22 - 25 tahun  
(    ) 26 - 30 tahun  
(    ) > 30 tahun
4. Pekerjaan : (    ) Pelajar/Mahasiswa  
(    ) Karyawan  
(    ) Wirausaha  
(    ) Ibu Rumah Tangga
5. Pendidikan Terakhir : (    ) SMP  
(    ) SMA  
(    ) S1  
(    ) S2
6. Rata-Rata Pengeluaran Perbulan:
  - (    ) 0 – Rp.1.000.000
  - (    ) Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000
  - (    ) > Rp.3.000.000

7. Apakah Anda pernah bertransaksi di *E-Wallet* OVO ?
- ( ) Ya  
( ) Tidak
8. Berapa kali dalam seminggu Anda menggunakan E-Wallet OVO ?
- ( ) 1 - 3 kali  
( ) 4 - 6 kali  
( ) 7 – 10 kali  
( ) > 10 kali

### III. Variabel Penelitian

#### A. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Easy to Learn (Mudah Dipelajari)</b>						
1	OVO mudah dipelajari					
<b>Controllable (Mudah Dikontrol)</b>						
2	OVO mudah dikontrol sesuai dengan yang diinginkan penggunaanya					
<b>Clear &amp; Understandable (Jelas dan Mudah Dipahami)</b>						
3	Instruksi yang diberikan OVO sangat jelas dan mudah dipahami					
<b>Flexibel (Fleksibel)</b>						
4	Dengan menggunakan OVO dapat bertransaksi dimanapun dan kapanpun					
<b>Easy to Become Skillfull (Mudah Menjadi Terampil)</b>						
5	Sangat mudah mengoperasikan OVO sehingga penggunaanya mahir mengoperasikan fitur-fitur yang ada didalamnya					
<b>Easy to Use (Mudah Digunakan)</b>						
6	OVO mudah digunakan					

**B. Persepsi Risiko (X2)**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Adanya Risiko Tertentu</b>						
1	Ada risiko tertentu yang harus saya tanggung dalam melakukan transaksi menggunakan OVO					
2	Saya merasa khawatir uang yang ada pada <i>e-wallet</i> akan hilang dan tidak bisa digunakan					
<b>Mengalami Kerugian</b>						
3	Transaksi menggunakan OVO mendatangkan kerugian baik bersifat materi maupun non materi					
4	Saya pernah mengalami kerugian saat menggunakan OVO					
<b>Pemikiran Bahwa Berisiko</b>						
5	Saya berpikir bahwa OVO belum cukup aman untuk dijadikan sebagai alat pembayaran					
6	Bertransaksi menggunakan OVO memiliki risiko yang tinggi					

**C. Literasi Keuangan**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Pengetahuan</b>						
1	Saya paham tentang istilah-istilah keuangan yang ada di aplikasi OVO					

2	Saya sudah memiliki pengetahuan tentang cara mengoperasikan <i>e-wallet</i> OVO					
<b>Keterampilan</b>						
3	Saya dapat mengelola keuangan dengan baik di aplikasi OVO dengan bertransaksi sesuai kebutuhan dan tidak boros					
4	Saya sudah mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik					
<b>Keyakinan</b>						
5	Saya yakin untuk menggunakan aplikasi OVO karena sudah terdaftar di OJK					
6	Saya yakin bertransaksi menggunakan OVO dapat meminimalisir tindak kejahatan					
<b>Sikap dan Perilaku</b>						
7	Saya nyaman dengan kemampuan saya dalam membuat keputusan keuangan (pembayaran) di <i>e-wallet</i> OVO					

#### D. Minat Penggunaan

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Keinginan Untuk Menggunakan</b>						
1	Saya sering mencari tahu terlebih dahulu tentang OVO sebelum menggunakannya					

2	Saya tertarik menggunakan OVO karena dapat bertransaksi secara <i>online</i>					
<b>Kepuasan</b>						
3	Saya merasa nyaman menggunakan OVO					
4	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan <i>e-wallet</i> OVO					
<b>Akan Merekomendasikan</b>						
5	Saya akan merekomendasikan OVO kepada orang lain					
<b>Keputusan Untuk Menggunakan Secara Berkelanjutan</b>						
6	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan OVO di masa yang akan datang					
7	<i>E-Wallet</i> OVO sangat praktis sehingga cocok digunakan untuk masa depan					



**LAMPIRAN 2**  
**DATA RESPONDEN**

No	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Rata-Rata Pengeluaran Perbulan	Apakah Anda pernah bertransaksi di E-Wallet OVO ?	Berapa kali dalam seminggu Anda menggunakan E-Wallet OVO ?
1	17 - 21 Tahun	Laki – Laki	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
2	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	> 10 Kali
3	17 - 21 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMP	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
4	> 30 Tahun	Perempuan	Karyawan	SMP	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali
5	22 - 25 Tahun	Laki – Laki	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali

6	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
7	17 - 21 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
8	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
9	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	7 - 10 Kali
10	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
11	> 30 Tahun	Laki – Laki	Wirusaha	SMP	> Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
12	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali
13	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali
14	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp.	Ya	1 - 3 Kali

	n				3.000.000		
15	26 - 30 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
16	> 30 Tahun	Laki - Laki	Karyawan	S1	> Rp. 3.000.000	Ya	7 - 10 Kali
17	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
18	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
19	22 - 25 Tahun	Perempuan	Wirusaha	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
20	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyawan	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
21	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	S1	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali

22	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
23	17 - 21 Tahun	Perempuan	Karyawan	SMP	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali
24	17 - 21 Tahun	Perempuan	Karyawan	S2	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali
25	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Wirusaha	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
26	22 - 25 Tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali
27	> 30 Tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	7 - 10 Kali
28	17 - 21 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
29	26 - 30 Tahun	Laki - Laki	Wirusaha	S1	> Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali

30	22 - 25 Tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
31	17 - 21 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
32	26 - 30 Tahun	Laki - Laki	Wirusaha	SMP	> Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali
33	17 - 21 Tahun	Laki - Laki	Pelajar/ Mahasiswa	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
34	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
35	17 - 21 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
36	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
37	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyawan	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
38	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali

39	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
40	> 30 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
41	22 - 25 Tahun	Perem puan	Pelajar/ Mahasis wa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
42	22 - 25 Tahun	Perem puan	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
43	22 - 25 Tahun	Perem puan	Pelajar/ Mahasis wa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
44	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
45	26 - 30 Tahun	Perem puan	Karyaw an	S1	> Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
46	22 - 25 Tahun	Perem puan	Pelajar/ Mahasis wa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
47	22 - 25 Tahun	Perem puan	Pelajar/ Mahasis wa	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali

48	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
49	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	7 - 10 Kali
50	17 - 21 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	4 - 6 Kali
51	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	> Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
52	17 - 21 Tahun	Laki - Laki	Pelajar/ Mahasiswa	S1	0 - Rp. 1.000.000	Ya	4 - 6 Kali
53	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
54	17 - 21 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
55	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
56	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali

57	17 - 21 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	S1	0 - Rp. 1.000.000	Ya	4 - 6 Kali
58	17 - 21 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
59	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
60	17 - 21 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
61	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali
62	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
63	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
64	17 - 21 Tahun	Perempuan	Karyawan	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali



65	17 - 21 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
66	17 - 21 Tahun	Perem puan	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
67	17 - 21 Tahun	Perem puan	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
68	22 - 25 Tahun	Perem puan	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
69	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
70	26 - 30 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
71	22 - 25 Tahun	Perem puan	Pelajar/ Mahasis wa	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
72	17 - 21 Tahun	Perem puan	Pelajar/ Mahasis wa	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
73	22 - 25 Tahun	Perem puan	Pelajar/ Mahasis wa	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali

74	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
75	> 30 Tahun	Laki - Laki	Wirusaha	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
76	> 30 Tahun	Laki - Laki	Karyawan	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
77	> 30 Tahun	Laki - Laki	Wirusaha	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	7 - 10 Kali
78	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyawan	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	7 - 10 Kali
79	> 30 Tahun	Laki - Laki	Wirusaha	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali
80	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	S1	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
81	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyawan	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
82	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
83	26 - 30 Tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	S1	> Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali

	n						
84	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	7 - 10 Kali
85	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
86	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	> 10 Kali
87	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	7 - 10 Kali
88	22 - 25 Tahun	Laki - Laki	Karyaw an	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali
89	17 - 21 Tahun	Laki - Laki	Pelajar/ Mahasis wa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
90	26 - 30 Tahun	Perem puan	Karyaw an	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
91	22 - 25 Tahun	Perem puan	Karyaw an	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
92	22 - 25	Laki - Laki	Pelajar/ Mahasis	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	7 - 10 Kali

	Tahun		wa				
93	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
94	26 - 30 Tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	SMA	> Rp. 3.000.000	Ya	1 - 3 Kali
95	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	4 - 6 Kali
96	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	4 - 6 Kali
97	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	S1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	7 - 10 Kali
98	22 - 25 Tahun	Perempuan	Karyawan	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	7 - 10 Kali
99	22 - 25 Tahun	Perempuan	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	0 - Rp. 1.000.000	Ya	1 - 3 Kali
100	26 - 30 Tahun	Laki - Laki	Wirusaha	SMA	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Ya	4 - 6 Kali

**LAMPIRAN 3**  
**DAFTAR SELURUH JAWABAN ANGGKET RESPONDEN**

**1. Persepsi Kemudahan Penggunaan**

No	PKP 1	PKP 2	PKP 3	PKP 4	PKP 5	PKP 6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	4	5	29
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	5	4	4	25
7	4	4	5	5	4	4	26
8	4	4	4	5	5	5	27
9	5	5	4	5	5	5	29
10	5	5	5	5	4	5	29
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30
13	3	3	3	3	3	3	18
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	5	5	4	5	27
16	5	4	5	5	5	5	29
17	4	4	4	5	5	5	27
18	5	4	4	5	4	4	26
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	5	4	4	5	26
24	5	5	5	5	5	4	29
25	5	4	4	5	4	5	27
26	5	5	5	5	4	4	28
27	5	5	5	5	5	5	30
28	5	5	4	4	4	4	27
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24

31	4	4	4	4	3	4	23
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	4	4	4	3	5	25
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	4	5	5	4	5	28
38	4	4	4	4	4	4	24
39	5	5	4	5	4	5	28
40	5	4	5	5	4	5	28
41	5	4	4	5	4	5	27
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	5	4	5	26
46	4	5	5	5	5	5	29
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	4	5	5	5	29
49	5	5	5	5	4	4	28
50	4	4	4	4	4	4	24
51	5	5	5	5	4	5	29
52	5	4	5	5	5	5	29
53	4	5	5	5	5	5	29
54	4	4	5	4	5	4	26
55	5	5	5	4	5	5	29
56	4	4	4	4	4	5	25
57	4	4	5	4	5	5	27
58	4	5	4	4	5	4	26
59	5	4	4	4	4	5	26
60	4	4	4	4	4	4	24
61	5	4	5	5	4	5	28
62	4	4	5	5	5	5	28
63	4	4	4	5	4	4	25
64	5	4	4	5	5	4	27
65	5	5	5	5	5	5	30

66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	5	5	4	5	4	28
68	5	4	4	5	4	5	27
69	5	5	5	5	5	4	29
70	5	5	5	4	4	4	27
71	4	4	4	5	5	5	27
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	4	4	4	4	5	25
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	4	5	4	5	5	28
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	4	5	5	4	5	28
81	5	5	5	4	4	4	27
82	4	4	4	4	4	5	25
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	5	5	5	4	5	29
85	4	4	4	4	4	4	24
86	5	5	5	5	4	5	29
87	5	5	5	5	5	5	30
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	5	4	4	4	4	4	25
92	5	5	5	5	5	5	30
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	4	4	4	4	24
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	4	4	4	4	4	24
99	5	5	5	5	5	5	30
100	5	5	5	5	5	5	30

## 2. Persepsi Risiko

No	PR 1	PR 2	PR 3	PR 4	PR 5	PR 6	Total
1	1	1	2	1	3	1	9
2	2	2	2	2	2	1	11
3	2	2	2	2	2	2	12
4	2	2	2	2	2	2	12
5	5	4	1	1	2	1	14
6	4	3	3	3	2	2	17
7	3	2	1	1	1	1	9
8	3	1	2	1	2	2	11
9	1	1	1	1	1	1	6
10	5	3	4	1	3	2	18
11	1	1	1	1	1	1	6
12	2	3	1	3	1	1	11
13	3	3	3	2	2	2	15
14	1	2	2	1	1	1	8
15	2	2	2	2	2	2	12
16	2	2	2	2	2	2	12
17	2	2	2	2	2	2	12
18	2	2	1	1	1	1	8
19	1	2	2	1	1	2	9
20	2	2	2	2	2	2	12
21	5	4	4	2	3	3	21
22	2	3	2	1	1	1	10
23	4	4	5	5	5	5	28
24	5	5	5	4	5	5	29
25	3	3	4	3	3	3	19
26	5	5	4	5	5	5	29
27	1	1	1	1	2	2	8
28	5	2	3	4	2	1	17
29	1	1	1	1	1	1	6
30	4	4	2	2	4	4	20
31	3	5	2	2	3	2	17
32	1	1	1	1	1	1	6
33	4	3	3	1	1	1	13



34	1	1	1	1	1	1	6
35	3	3	2	2	2	1	13
36	1	1	1	1	1	1	6
37	1	1	1	1	1	2	7
38	2	2	2	2	2	2	12
39	1	1	2	2	2	1	9
40	1	1	1	1	2	2	8
41	1	2	1	2	1	1	8
42	2	2	2	2	2	2	12
43	1	1	1	1	1	1	6
44	2	2	2	2	2	2	12
45	1	2	1	1	1	1	7
46	5	3	1	5	3	3	20
47	1	1	1	2	1	1	7
48	1	1	1	2	1	2	8
49	1	1	2	2	2	1	9
50	1	1	1	1	2	3	9
51	1	1	2	1	3	2	10
52	3	2	2	1	2	1	11
53	1	1	1	1	1	1	6
54	1	1	1	1	1	1	6
55	4	1	1	1	1	1	9
56	1	3	1	1	1	1	8
57	4	3	2	1	2	2	14
58	4	3	3	2	3	4	19
59	1	1	1	1	1	1	6
60	1	1	1	1	3	1	8
61	1	1	1	1	1	1	6
62	1	1	1	1	3	3	10
63	1	1	1	2	1	1	7
64	1	2	2	2	2	1	10
65	1	1	1	1	1	2	7
66	1	1	1	2	1	1	7
67	2	1	1	2	2	2	10
68	1	3	2	1	1	1	9

69	1	1	1	1	2	2	8
70	1	1	1	1	1	1	6
71	2	1	2	1	2	1	9
72	3	4	2	1	2	1	13
73	2	2	2	2	2	2	12
74	1	1	1	2	3	3	11
75	1	1	1	1	1	2	7
76	1	1	1	1	2	2	8
77	1	1	1	1	1	1	6
78	1	1	2	1	2	1	8
79	1	2	1	1	1	2	8
80	3	3	4	4	3	3	20
81	1	1	1	1	1	1	6
82	2	2	1	2	2	1	10
83	1	1	1	1	2	2	8
84	1	1	1	1	1	1	6
85	1	1	1	1	1	1	6
86	1	1	1	1	1	1	6
87	1	1	1	1	1	1	6
88	1	1	1	1	1	1	6
89	3	2	2	2	3	3	15
90	3	3	3	2	3	3	17
91	1	2	2	2	3	2	12
92	1	1	1	1	1	1	6
93	3	3	2	2	2	3	15
94	3	2	3	2	3	2	15
95	1	1	1	1	2	2	8
96	1	1	1	1	1	1	6
97	1	1	1	1	1	1	6
98	1	1	1	1	1	1	6
99	1	1	1	1	1	1	6
100	2	2	2	2	2	2	12

### 3. Literasi Keuangan

No	LK 1	LK 2	LK 3	LK 4	LK 5	LK 6	LK 7	Total
1	5	5	3	3	5	4	5	30
2	4	5	5	4	5	3	4	30
3	4	5	4	4	4	4	4	29
4	3	4	4	4	4	4	4	27
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	3	4	4	4	5	5	4	29
7	4	4	4	4	5	5	5	31
8	4	5	2	4	4	4	4	27
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	4	5	4	4	5	4	4	30
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	4	5	4	4	5	5	5	32
13	4	4	4	4	4	3	4	27
14	5	5	4	4	5	5	5	33
15	4	4	4	4	5	3	4	28
16	4	4	4	4	5	3	5	29
17	5	5	4	5	5	4	5	33
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	4	4	4	5	5	3	5	30
20	4	4	4	4	5	3	4	28
21	4	4	3	4	4	4	4	27
22	3	4	4	4	5	5	4	29
23	5	5	4	5	5	5	5	34
24	5	5	5	4	5	5	5	34
25	2	4	4	4	4	4	5	27
26	4	5	5	4	5	5	5	33
27	4	4	5	5	5	5	5	33
28	1	5	4	3	5	5	5	28
29	5	5	5	5	5	5	5	35
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	3	3	4	3	3	3	4	23
32	3	5	5	5	5	5	5	33
33	4	5	5	5	5	4	5	33

34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	3	3	4	3	4	3	3	23
36	5	5	5	5	5	4	4	33
37	5	5	5	5	5	5	5	35
38	4	5	4	3	5	4	4	29
39	5	5	5	5	5	4	5	34
40	4	5	5	5	5	5	5	34
41	4	4	4	3	5	4	4	28
42	4	4	4	4	5	4	5	30
43	4	5	3	3	5	3	4	27
44	4	4	4	4	5	3	4	28
45	5	5	5	5	5	4	5	34
46	3	5	5	3	5	3	5	29
47	5	5	5	5	5	5	5	35
48	5	5	5	4	5	4	5	33
49	4	4	5	5	5	5	4	32
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	4	4	4	4	4	4	4	28
52	4	4	5	4	5	5	5	32
53	4	4	4	4	4	4	5	29
54	4	5	5	5	4	4	4	27
55	5	5	4	4	4	3	5	30
56	5	5	5	5	5	5	5	35
57	4	5	4	5	5	4	4	30
58	4	4	3	4	5	4	4	28
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	4	4	4	4	4	4	4	28
63	4	5	4	4	4	4	4	29
64	5	5	4	4	5	4	5	32
65	4	4	5	4	5	5	5	32
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	5	5	5	5	5	5	5	35
68	4	4	4	4	4	3	4	27

69	5	5	4	4	5	4	5	32
70	5	5	5	4	5	4	5	33
71	4	5	5	4	4	5	4	31
72	5	5	5	4	5	5	5	34
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	5	5	5	5	5	5	5	35
75	5	5	5	5	5	5	5	35
76	5	5	5	5	5	5	5	35
77	5	5	5	5	5	5	5	35
78	5	5	5	5	5	5	5	35
79	5	5	5	5	5	5	5	35
80	4	4	4	3	4	4	4	27
81	5	5	4	4	5	4	5	32
82	4	4	4	4	4	4	4	28
83	3	4	4	5	5	5	5	31
84	5	5	5	4	5	5	5	34
85	5	5	5	5	5	5	5	35
86	5	4	4	4	5	5	5	32
87	5	5	5	5	5	5	5	35
88	5	4	4	4	5	5	4	31
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	5	5	5	5	5	5	5	35
93	4	4	4	4	4	4	4	28
94	4	4	4	4	4	4	4	28
95	5	5	5	5	5	5	5	35
96	4	4	4	4	4	4	4	28
97	5	5	5	5	5	5	5	35
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	5	5	5	5	5	5	5	35
100	5	5	5	5	5	5	5	35

#### 4. Minat Penggunaan

No	MP 1	MP 2	MP 3	MP 4	MP 5	MP 6	MP 7	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	5	5	4	5	5	5	5	34
3	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	5	4	4	4	4	31
5	5	5	5	3	3	3	3	27
6	4	4	4	4	4	5	4	29
7	3	5	4	4	4	4	5	29
8	4	5	5	4	4	4	4	30
9	4	4	5	4	4	4	5	30
10	4	4	4	4	5	5	4	30
11	1	5	5	5	5	5	5	31
12	4	5	5	5	5	5	5	34
13	4	4	4	4	3	4	4	27
14	4	5	5	5	5	5	5	34
15	4	5	5	5	4	4	4	31
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	5	5	5	5	4	4	4	32
18	4	4	5	5	5	4	5	32
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	3	4	4	5	5	5	5	31
22	4	5	4	4	4	4	4	29
23	3	4	5	5	5	4	5	31
24	5	5	4	5	5	5	5	34
25	5	5	4	4	4	4	4	30
26	4	5	5	5	5	5	5	34
27	4	5	5	5	5	5	5	34
28	2	5	5	5	5	3	5	30
29	5	5	5	5	5	5	5	35
30	4	4	4	4	4	4	3	27
31	5	4	4	4	3	4	4	28
32	5	5	5	5	5	5	5	37
33	3	5	5	5	4	4	4	30

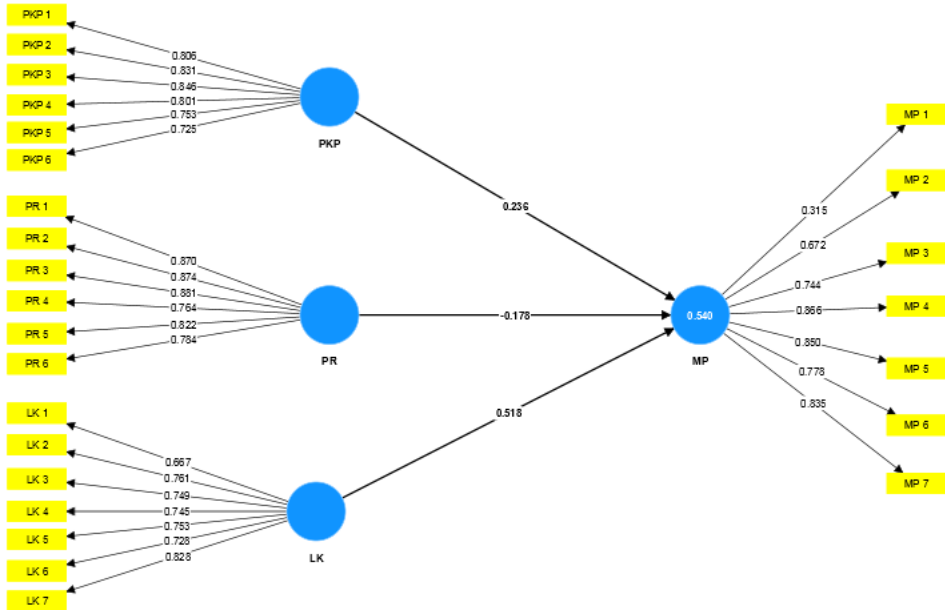
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	3	3	4	4	3	4	4	25
36	4	5	5	5	5	5	5	34
37	5	5	5	5	5	5	5	35
38	4	4	4	4	3	3	3	25
39	4	5	5	5	5	5	5	34
40	5	5	5	5	5	5	5	35
41	5	5	5	5	4	4	4	32
42	4	4	4	4	4	4	4	28
43	4	4	5	4	4	3	4	28
44	4	4	4	4	5	3	4	28
45	5	5	5	4	4	4	5	32
46	5	5	5	5	4	4	5	33
47	5	5	5	5	5	5	5	35
48	5	5	5	5	5	5	5	35
49	4	5	4	5	5	5	5	33
50	4	5	4	4	4	4	4	29
51	5	5	4	4	4	4	4	30
52	5	5	5	5	4	4	5	33
53	3	5	5	5	5	5	5	33
54	4	4	4	4	4	5	5	30
55	4	5	5	4	4	4	3	29
56	4	4	4	5	5	5	5	32
57	4	4	4	5	4	5	4	30
58	5	4	4	4	4	4	4	29
59	5	5	5	5	5	5	5	35
60	5	4	4	4	4	4	5	30
61	5	4	4	4	4	5	5	31
62	4	5	5	5	5	5	5	34
63	4	4	5	4	5	4	4	30
64	4	5	4	5	5	4	4	31
65	5	5	5	5	5	5	5	35
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	5	5	5	5	5	5	5	35
68	4	4	4	4	4	4	4	28

69	5	5	5	5	5	5	5	35
70	5	5	5	5	5	5	5	35
71	5	4	4	4	5	5	4	31
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	2	4	4	4	4	4	4	26
74	5	5	5	5	5	5	5	35
75	5	4	5	5	5	5	5	34
76	4	4	5	5	5	5	4	32
77	4	5	5	4	5	5	5	33
78	4	4	5	5	5	5	5	33
79	5	5	5	5	5	5	5	35
80	4	4	4	3	4	4	4	27
81	5	5	5	5	5	5	5	35
82	4	4	5	5	5	4	5	32
83	5	5	5	5	5	5	5	35
84	4	5	5	5	5	5	5	34
85	5	5	5	5	5	5	5	35
86	5	5	5	5	5	5	5	35
87	4	5	5	5	5	5	5	34
88	4	4	5	5	5	5	5	33
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	4	5	5	5	5	5	5	34
93	4	4	4	4	4	4	4	28
94	4	4	4	4	4	4	4	28
95	5	5	5	5	5	5	5	35
96	4	4	4	5	5	5	5	32
97	5	5	5	5	5	5	5	35
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	5	5	5	5	5	5	5	35
100	4	4	5	5	5	5	5	33

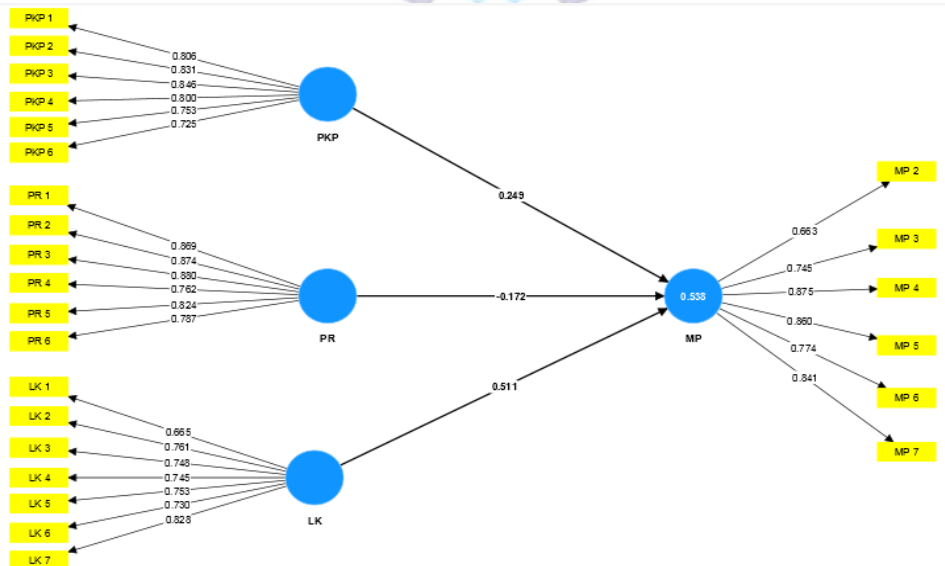


## LAMPIRAN 4 Hasil Uji Validitas

**Diagram Variabel Sebelum Uji Validitas**



**Diagram Variabel Sesudah Uji Validitas**



## LAMPIRAN 5

### Hasil Uji Reliabilitas

Construct reliability and validity - Overview Zoom (80%)

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
LK	0.889	0.878	0.889	0.580
MP	0.882	0.884	0.912	0.834
PKP	0.883	0.889	0.911	0.831
PR	0.915	0.952	0.932	0.685

## LAMPIRAN 6

### Hasil Uji Hipotesis

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values Zoom (80%)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O /STDEV)	P values
LK → MP	0.511	0.509	0.090	5.698	0.000
PKP → MP	0.249	0.254	0.077	3.249	0.001
PR → MP	-0.172	-0.184	0.077	2.248	0.025

**LAMPIRAN 7**  
**R-Square**

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
MP	0.538	0.524



## LAMPIRAN 8

### Dokumentasi

#### 1. Tampilan Google Form

Formulir tanpa judul

Pertanyaan Jawaban 100 Setelan

Jawaban tidak dapat diedit

**Kuesioner Penelitian "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet (Studi Pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)**

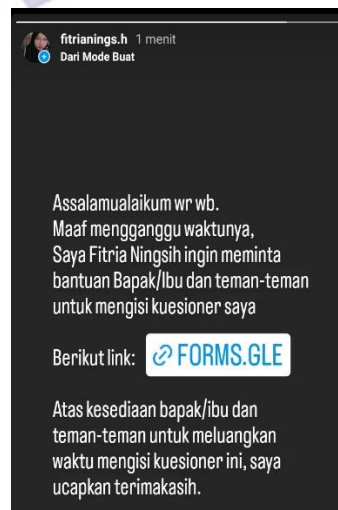
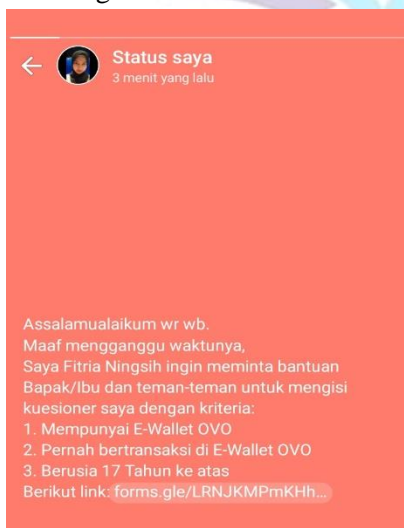
Kepada Yth.  
Bapak/Ibu/Saudara/i Pengguna E-Wallet OVO di Bandar Lampung

Dengan hormat,  
Bersama kuesioner ini saya:  
Nama : Fitria Ningsih  
NPM : 1951040309  
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah  
Universitas : UIN Raden Intan Lampung

Dengan ini, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner yang terkait dengan penyusunan skripsi saya yang berjudul: **"Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet (Studi Pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)"**

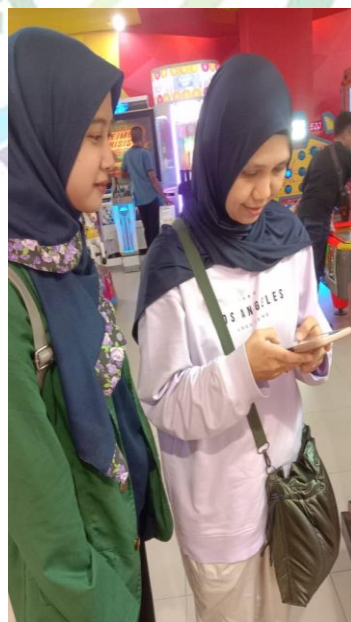
Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i selaku pengguna OVO

#### 2. Membagikan Kuesioner di Media Sosial (Whatsapp, IG dan FB)



3. Membagikan Kuesioner Offline









**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Letkol H. Endro Suratmín, Sukarame I, Bandar Lampung 35131  
 Telp.(0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: [www.radenintan.ac.id](http://www.radenintan.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: B-1578 /Un.16 / P1 /KT/VII/ 2023

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
 NIP : 197308291998031003  
 Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO, LITERASI  
 KEUANGAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET DALAM  
 PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)**

Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
FITRIA NINGSIH	1951040309	FEBI/ MBS

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 15 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir .

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Bandar Lampung, 31 Juli 2023  
 Kepala Pusat Perpustakaan



Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
 308291998031003

**Ket:**

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.



PENGARUH PERSEPSI  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
PERSEPSI RISIKO, LITERASI  
KEUANGAN TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN E-WALLET  
DALAM PERSPEKTIF BISNIS  
ISLAM (Studi pada Pengguna  
OVO di Bandar Lampung)

*by* Fitria Ningsih

---

**Submission date:** 31-Jul-2023 01:43PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2139372593

**File name:** TURNITIN-\_FITRIA\_NINGSIH.docx (230.34K)

**Word count:** 7898

**Character count:** 52862

# PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO, LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi pada Pengguna OVO di Bandar Lampung)

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

- 1** Submitted to UIN Raden Intan Lampung  
Student Paper 2%
- 2** Fitri Destiana Destiana. "Pengaruh Social Media Marketing terhadap Ekuitas Merek dengan Online Experiential sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Toko Busana Cordy Bandar Lampung)", Target: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2022  
Publication 1%
- 3** Submitted to IAIN Bengkulu  
Student Paper 1%
- 4** Submitted to Perguruan Tinggi Pelita Bangsa  
Student Paper 1%
- 5** Submitted to Universitas Bangka Belitung  
Student Paper 1%
- 6** Submitted to Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya  
Student Paper 1%
- 7** Akhnes Noviyanti, Teguh Erawati. "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN EFEKTIVITAS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) (STUDI KASUS: UMKM DI KABUPATEN BANTUL)", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia, 2021  
Publication 1%

8

Ari Apriani, Nur Endah Retno Wuryandari. "Do Small Medium Enterprises (SMEs) Need To Adopt E-wallet? A Study Post- Covid-19 Pandemic", KnE Social Sciences, 2023

Publication

1 %

9

Catharina Esmi Triningsih, Agung Nugrohoadhi. "Evaluasi Pemanfaatan Koleksi E-book dan E-journal Terhadap Kinerja Studi Mahasiswa UAJY Selama Masa Pandemi Covid (2020-2021)", Al-Ma mun Jurnal Kajian Kepustakawanan dan Informasi, 2022

Publication

&lt;1 %

10

Dwirini Dwirini. "Modernisasi Teknologi Informasi dan SAP Pada Laporan Keuangan Di Moderasi Kapasitas SDM", Owner, 2023

Publication

&lt;1 %

11

Syarifah Salma, Aurel Priastyca Permata Agustine, Himda Nurika. "Analisis Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2023

Publication

&lt;1 %

12

Submitted to UIN Ar-Raniry

Student Paper

&lt;1 %

13

Submitted to Udayana University

Student Paper

&lt;1 %

14

Anna Ratnaningrum, Imronudin Imronudin, Em Sutrisna. "Pengaruh Implementasi Lean Management Terhadap Kepuasan Pasien di IGD RSX", Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 2023

Publication

&lt;1 %

15

Submitted to Universitas Semarang

Student Paper

&lt;1 %

16

Submitted to Universitas Sultan Ageng  
Tirtayasa

Student Paper

&lt;1 %

17

Nurhayani, Gugup Tugi Prihatma, Afa Syaqqillah. "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN APLIKASI PINJAMAN ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SERANG RAYA", Jurnal Manajemen Perusahaan: JUMPA, 2023

Publication

&lt;1 %

18

Sinta Rahayu, Weny Rosilawati, Ahmad Zuliansyah. JURNAL EKONOMI SAKTI (JES), 2023

Publication

&lt;1 %

19

Submitted to IAIN Batusangkar

Student Paper

&lt;1 %

20

Submitted to Universitas Jember

Student Paper

&lt;1 %

21

Citra Rosafitri. "Interaksi Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan", Journal of Accounting Science, 2017

Publication

&lt;1 %

22

Submitted to pbpa

Student Paper

&lt;1 %

23

Submitted to Kumoh National Institute of  
Technology Graduate School

Student Paper

&lt;1 %

24

Submitted to Institut Pendidikan Guru  
Malaysia

Student Paper

&lt;1 %

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On