

**ANALISIS PENERIMAAN TERHADAP *MOBILE-PAYMENT* DENGAN
MEMPERTIMBANGKAN *FINANCIAL LITERACY*
PADA MAHASISWA DI JEMBER**

Amalina Maryam Zakiyyah
Universitas Muhammadiyah Jember
amalinamaryam@unmuhjember.ac.id

Abstract: *The purpose of this article is to analyze mobile payment acceptance for students in the Jember area by considering financial literacy as one of the predictor variables. This is based on the high internet penetration and the high adoption of e-commerce in Indonesia which ironically has not been followed by the use of financial technology services as a means of payment. Researchers include financial literacy that can help someone in making financial decisions. The questionnaire which was distributed to 120 students in Jember, it was arranged based on TAM theory by adding the variables of perceived security and financial literacy as exogenous variables, as well as intention to use m-payment and actual use as endogenous variables. The results of the analysis found that perceived ease of use and financial literacy did not affect the intention to use m-payment. However, financial literacy and security perception directly affect actual usage.*

Keywords: *Adoption of Technology, Financial Literacy, M-payment*

1. PENDAHULUAN

Hootsuit bekerja sama dengan We are Social setiap tahunnya merilis data berisi wawasan tentang sosial, e-commerce, internet, dan seluler di seluruh dunia. Data tersebut menyebutkan bahwa pada Januari 2020 telah tercatat sebanyak 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Jumlah tersebut mengalami kenaikan sebesar 17 persen atau setara dengan 25 juta pengguna baru tercatat dari tahun sebelumnya (Hootsuite & We are social, 2020). Pada tahun 2021 terjadi peningkatan pengguna internet menjadi 202,6 juta pengguna internet tercatat atau sekitar 16% dari tahun 2020 (We are Social, 2021).

We Are Social menyebutkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan tingkat adopsi (penggunaan) *e-commerce* tertinggi di dunia secara berturut-turut 2020 dan 2021 (Hootsuite & We are social, 2020), (We are Social, 2021). Data menunjukkan angka 88 persen dari keseluruhan jumlah pengguna internet di Indonesia. Hal ini mengindikasikan kurang lebih 8 dari 10 pengguna internet di Indonesia pernah melakukan pembelian secara *online* (Ramadhan, 2020). Namun, masih dari sumber yang sama, Indonesia ternyata tertinggal dalam penggunaan teknologi finansial baik dalam perbankan ataupun fasilitas finansial lainnya (Hootsuite & We are social, 2020). Pengguna mobile payment sebagai

pembayaran untuk transaksi *e-commerce* hanya 24 persen dari pengguna internet. Hal ini cukup kontradiktif mengingat tingginya pengguna internet dan tingkat penggunaan *e-commerce* di Indonesia, ternyata belum mampu mendongrak tingkat adopsi *financial technology* terutama *mobile payment*. Sehingga dilakukan penelitian dengan tujuan analisis penerimaan *mobile payment*.

Financial literacy (literasi keuangan) adalah pengetahuan dan kompetensi untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam mengambil keputusan keuangan. Dalam beberapa penelitian dibuktikan bahwa *financial literacy* seseorang terkait erat dengan tingkat pendidikannya (Lusardi & Mitchell, 2014a; Potrich et al., 2018). Psikologi terutama teori mengenai kemampuan kognitif mampu memberi penjelasan mengenai berkontribusi pendidikan dan *financial literacy* (7). Hubungan tingkat pendidikan dan *financial literacy* menjadi dasar pengambilan keputusan rasional dalam hal keuangan. Meskipun Volpe dan Chen (1998) menemukan bahwa mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan tinggi tidak menjamin mereka memiliki tingkat *financial literacy* yang baik (H. Chen & Volpe, 1998, 2002).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Mobile payment dapat didefinisikan sebagai layanan pembayaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi termasuk kartu sirkuit terpadu (IC) berupa *chip*, kriptografi, dan jaringan telekomunikasi (Bezhovski, 2016). Dengan kemajuan teknologi, sistem pembayaran elektronik telah bertransformasi dalam banyak bentuk termasuk kartu kredit, kartu debit, sistem uang tunai dan cek elektronik, kartu pintar, dompet digital metode pembayaran tanpa kontak dan pembayaran seluler, dan sebagainya.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang paling sering digunakan untuk mempelajari perilaku adopsi TI dan memprediksi penerimaan suatu teknologi baru (Lippert, 2007), demikian pula *mobile payment*. Model ini memprediksi faktor yang berpengaruh pada tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi baru (Kustono et al., 2020). TAM merupakan model yang dibangun berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Montaño, 1992). TRA menegaskan bahwa penentu perilaku yang paling penting adalah niat perilaku (*intention*). Sedang niat perilaku individu dipengaruhi oleh sikap (*attitude*), dan norma subyektif pengguna terhadap perilaku target perilaku tersebut. Model awal TAM milik Davis menyatakan bahwa persepsi kegunaan (PU) dan

persepsi kemudahan penggunaan (PEoU) dari suatu teknologi baru terkait dengan niat pelaku untuk menggunakannya (ITU), dan niat mempengaruhi penggunaan aktual dari teknologi tersebut (UB) (Davis, 1989; Lippert, 2007).

Davis (1989) mendefinisikan '*perceived ease of use*' sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan sistem akan bebas dari upaya. Sedangkan '*perceived usefulness*' didefinisikan sebagai tingkat di mana pengguna percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka (Davis, 1989).

Seiring waktu, model berkembang. Beberapa peneliti menawarkan untuk menambahkan persepsi keamanan sebagai variabel independent dari intention to use e-payment system (Junadi & Sfenrianto, 2015) (Y. Yang et al., 2015) (Johnson et al., 2018). Persepsi kepercayaan (Q. Yang et al., 2015) (Chandra et al., 2018) (Anthony & Mutalemwa, 2014). Pada penelitian yang lain menambahkan variabel attitude toward using mobile payment (Sasithanakornkaew et al., 2018) (Amalia, 2018) serta persepsi mengenai risiko (Y. Yang et al., 2015) (L. da Chen, 2007). Persepsi kepercayaan dianggap sebagai faktor penting yang mempengaruhi adopsi untuk transaksi online, terutama untuk transaksi moneter (Chandra et al., 2018). Kerahasiaan data yang merupakan fitur keamanan utama yang diharapkan dari setiap prosedur *m-payment* (Pousttchi, 2003).

Pada tulisan kali ini, peneliti akan menggunakan model dasar dari TAM, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* yang akan menjadi *antecedens* dari *intention to use m-payment*. Kemudian akan ditambahkan *perceived of trust* yang dianggap sebagai faktor penentu dari keinginan menggunakan teknologi.

H1: Kemudahan penggunaan m-payment berpengaruh positif terhadap niat mahasiswa untuk menggunakan m-payment

H2: Persepsi kebermanfaatan mahasiswa dari m-payment secara positif memengaruhi niat untuk menggunakan m-payment

H3: Persepsi mahasiswa atas keamanan m-payment secara positif mempengaruhi niat untuk menggunakan m-payment

Literasi keuangan, adalah kemampuan masyarakat untuk memproses informasi ekonomi dan membuat keputusan berdasarkan informasi tersebut mengenai perencanaan keuangan, akumulasi kekayaan, utang, dan pensiun. (Lusardi & Mitchell, 2014b). Literasi keuangan dianggap sebagai pengetahuan dan kemampuan manajemen keuangan pribadi Tanpa pengetahuan tentang konsep keuangan, seseorang tidak akan mampu membuat keputusan keuangan, seperti keputusan mengenai menabung, berinvestasi, meminjam, dan banyak lagi (Lusardi & Mitchell, 2014b) (Potrich et al., 2018). Sejumlah studi telah menemukan bahwa tingkat pengetahuan keuangan yang lebih tinggi sering dikaitkan dengan perilaku keuangan yang lebih baik, yang pada akhirnya berkontribusi peningkatan kesejahteraan hidup (Xiao et al., 2014). Tingkat literasi keuangan perlu diuji, diukur dan dievaluasi, terutama tingkat siswa yang belajar ekonomi, karena untuk mengetahui sejauh mana pendidikan terkait literasi keuangan telah berhasil diterapkan dan mempengaruhi masa depan masyarakat dan kesejahteraan kita (Josef & Vera, 2017).

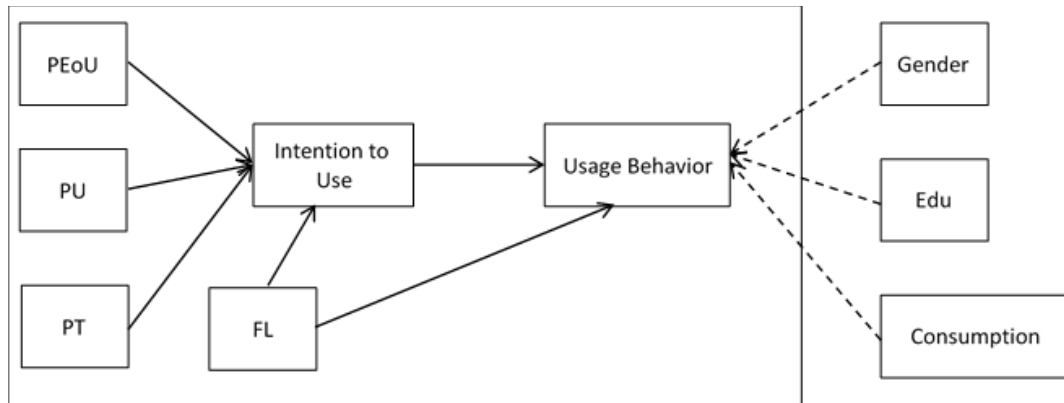
Penelitian terdahulu temuan bahwa pada mahasiswa memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang kurang sehingga mengambil keputusan keuangan yang salah (H. Chen & Volpe, 1998) (Xiao et al., 2014), namun meningkat secara signifikan setiap tahunnya (Jorgensen, 2007). Berbeda dengan penelitian sebelumnya, tingkat literasi keuangan yang baik tidak selalu berimplikasi pada pengambilan keputusan keuangan yang baik (Fitriarianti, 2018). Hasil survey menunjukkan peningkatan literasi keuangan di Indonesia, namun masih di bawah negara tetangga Malaysia dan Singapura (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Perkembangan internet berkontribusi pada peningkatan literasi keuangan (Alvara Reasearch Center, 2017) (Ningtyas, 2019).

Dalam TRA, salah satu faktor penentu niat adalah pengetahuan (28). Memiliki pengetahuan dan keterampilan keuangan yang baik untuk menggunakan produk dan layanan keuangan merupakan arti dari literasi keuangan. Terkait hal tersebut, seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang baik akan mempengaruhi niat berperilaku.

H4: Literasi keuangan mahasiswa universitas secara positif memengaruhi niatnya untuk menggunakan *m-payment*

H5: Literasi keuangan mahasiswa universitas secara positif memengaruhi perilaku penggunaan *m-payment*

H6: Niat mahasiswa untuk menggunakan *m-payment* secara positif mempengaruhi perilaku penggunaan *m-payment*.



Gambar 1. Model Penelitian

H7: Persepsi kebermanfaatn mahasiswa dari m-payment secara positif memengaruhi persepsi kemudahan menggunakan m-payment

H8: Persepsi mahasiswa atas keamanan m-payment secara positif perilaku penggunaan m-payment

Gender, jurusan (edukasi) dan tingkat konsumsi menjadi variabel kontrol dari model. Variabel kontrol merupakan karakteristik dari responden yang tidak dimasukkan dalam model namun diduga kuat memiliki kontribusi pada variabel *outcome*.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data yang berasal langsung dari responden atau yang biasa disebut sebagai data primer. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa dari 3 kampus di Kabupaten Jember yaitu Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember dan Politeknik Negeri Jember, yang jumlah pastinya kurang bisa diketahui. Kemudian ditarik sample dengan menggunakan teknik sampling convenient sampling berjumlah 120 responden (rinciannya dapat dilihat pada Tabel 2).

Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuisiner yang terdiri dari 2 bagian besar, bagian pertama merupakan model TAM dan bagian kedua tentang literasi keuangan yang terbagi menjadi 2 subbagian yaitu Literasi Keuangan Dasar dan Literasi Keuangan Lanjutan berdasarkan konstruk dari Lusardi dan Mitchell (Lusardi & Mitchell, 2014b). Pemberian poin untuk Literasi Keuangan yaitu poin 1 untuk jawaban tidak tahu, poin 2 untuk jawaban salah, dan poin 3 untuk jawaban benar. Sedangkan variabel laten lainnya

dilakukan dengan skala likert 1-5 dimana 1 untuk sangat tidak setuju dan 5 untuk sangat setuju. Indikator mengenai variabel penelitian lebih lanjut dapat dilihat pada tabel 1.

Variabel kontrol dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, pendidikan dalam hal ini keilmuannya yang terbagi menjadi 5 pilihan, dan terakhir konsumsi dalam sehari para responden. (tabel 2).

Tabel 1. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Indikator Variabel
Persepsi "Easy to Use" (Park, 2009) (Rahayu et al., 2017a)
<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa cara menggunakan m-payment mudah dipahami dan dipelajari • Saya merasa m-payment mudah digunakan • Sangat mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan m-payment
Persepsi Kebermanfaatan (L. da Chen, 2007) (Rahayu et al., 2017a)
<ul style="list-style-type: none"> • M-payment mempermudah saya dalam bertransaksi • Saya merasa m-payment bermanfaat bagi saya • Saya merasa m-payment meningkatkan kinerja saya
Persepsi Kepercayaan (Chandra et al., 2018) (Q. Yang et al., 2015)
<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa m-payment yang saya gunakan merupakan platform yang aman • Saya merasa aman meletakkan data pribadi saya dalam m-payment • Saya merasa pemerintah melalui OJK melindungi m-payment yang saya gunakan
Niat untuk Menggunakan (Rahayu et al., 2017a)
<ul style="list-style-type: none"> • Saya berkeinginan menggunakan m-payment di kemudian hari • Saya merekomendasikan kepada yang lain untuk menggunakan m-payment • Menurut saya menggunakan m-payment itu menyenangkan
Penggunaan Aktual
Saat ini saya menjadi pengguna aktif m-payment
Literasi Keuangan Dasar (Lusardi & Mitchell, 2017)
Literasi Keuangan Dasar
1. Numeracy
2. Inflation
3. Time Value of Money
4. Compound Interest
Literasi Keuangan Lanjutan
1. Stock Market Functioning
2. Mutual Funds
3. Interest Rate
4. Safer Securities
5. Riskier Securities
6. Highest Fluctuation/Volatility
7. Long Period Returns
8. Risk Diversification

Dari model yang dikembangkan, maka data akan dianalisis dengan menggunakan metode PLS-SEM. Menurut Ghazali, *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) merupakan metode alternative untuk model persamaan structural yang mampu handle model hingga 100 konstruk dan 1000 indikator. Tidak seperti CB-SEM, PLS-SEM tidak mengharuskan untuk mematuhi asumsi normalitas, serta bisa digunakan pada sample kecil karena ada sistem *bootstrapping*. Lebih jauh analisis CB-SEM mengharuskan variabel latennya memiliki indikator yang bersifat reflektif, sedangkan model penelitian ini terdapat indikator yang bersifat formatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil dan Analisis Data

Tabel 2. Demografi Responden

	Jumlah	Prosentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	33	27.5%
Perempuan	87	72.5%
Fakultas		
Ekonomi	22	18.3%
Komputer	20	16.7%
Kesehatan	59	49.2%
Pendidikan	13	10.8%
Sosial	6	5.0%
Konsumsi per Hari		
Rp 30.000	95	79.2%
Rp 60.000	16	13.3%
Rp 100.000	5	4.2%
Rp 150.000	4	3.3%

Tabel 3. Korelasi Variabel

	FL1	FL2	FL	PEOU	PU	PT	ITU	BU	Gender	Edu
FL2	0,429									
FL	0,844	0,846								
PEOU	0,368	0,138	0,299							
PU	0,263	0,194	0,27	0,866						
PT	0,232	0,326	0,329	0,497	0,471					
ITU	0,245	0,242	0,286	0,57	0,615	0,721				

BU	0,075	0,273	0,207	0,371	0,358	0,599	0,633			
Gender	0,026	-0,071	-0,031	0,104	0,145	0,124	0,095	-0,056		
Edu	-0,247	-0,384	-0,377	-0,082	-0,181	-0,051	-0,035	-0,083	0,271	
Consump	0,001	0,081	0,049	-0,115	-0,12	0,061	0,055	0,173	-0,147	0,116

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dilakukan uji validitas dan reliabilitas dalam hal ini dilakukan analisis faktor konfirmatori. Untuk variabel PEOU, PU, PT, ITU dan BU dilakukan analisis faktor konfirmatori first-order konstruk sedangkan FL analisis faktor konfirmatori second-order konstruk. Hal ini dilakukan karena variabel PEOU, PU, PT, ITU dan BU merupakan variabel laten yang langsung dijelaskan oleh indikator sedangkan FL masih menggunakan dimensi baru kemudian indikator. Hasil analisis tampak pada nilai *loading factor* yang $>0,70$ (lihat di lampiran 1 Tabel Loading Factor) dan AVE (*Average variances extracted*) yang $>0,50$ (lihat Lampiran 2).

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

			Model 1	Model 2
Variabel	PU	ITU	BU	BU
PEOU	0,869***	-0.105		
PU		0.442***		
PT		0.369***	0.269**	0.279***
FL		0.003	-0.128*	0.097
ITU			0.420***	0.416***
Gender				-0.114
Education				-0.026
Consumption				0.043
R-Squared	0,755	0,532	0,396	0,428
Q-Squared	0,753	0,690	0,468	0,488

*** sig at 0,01 ** sig at 0,05 * sig at 0,1

Hasil uji hipotesis menemukan bahwa variabel PEOU berpengaruh positif signifikan pada PU, namun berpengaruh negatif tidak signifikan pada niat untuk menggunakan m-payment. Persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif yang signifikan pada niat penggunaan m-payment, sama seperti persepsi keamanan. Model 1 adalah tanpa variabel kontrol dan model 2 dengan mengikutsertakan variabel kontrol. Literasi keuangan (FL) signifikan pada tingkat signifikansi 10% pada model 1 sedangkan pada model 2 dan pengaruhnya pada ITU tidak signifikan. Model 2 dengan variabel kontrol tidak jauh berbeda dengan model 1, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol tidak memberi kontribusi berarti pada model. Secara keseluruhan variabel hanya memiliki kontribusi kurang dari 50% dan bukan merupakan model prediktor yang baik.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan saat pandemi covid-19 merebak dan muncul kebutuhan untuk mengurangi interaksi dalam bentuk apapun sehingga pembayaran non-tunai menjadi sebuah kebutuhan baru. Hasil penelitian ini adalah bahwasanya responden tidak menganggap penting persepsi kemudahan dalam penggunaan sehingga tidak menjadi penyebab responden berniat untuk mengadopsi *m-payment*. Demikian pula literasi keuangan tidak menjadi dasar bagi munculnya keinginan responden untuk menggunakan *m-payment*.

Mahasiswa yang merupakan generasi milenial malah merasa tertantang pada sesuatu yang belum diketahui sebelumnya. Kesulitan penggunaan sebuah aplikasi karena fitur yang baru dan kurangnya pemahaman bukan pengambat untuk menggunakan teknologi baru *m-payment*.

Persepsi kemudahan penggunaan sangat berpengaruh persepsi kebermanfaatannya. Namun, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keinginan responden untuk menggunakan *m-payment*. Hasil analisis menemukan bahwa PEOU memiliki pengaruh negatif yang artinya kemudahan penggunaan *m-payment* semakin meningkatkan keengganan mahasiswa untuk menggunakannya, namun pengaruh tersebut tidak signifikan.

Sebuah teknologi telah menggeser perannya, yang sebelumnya hanya menjadi alternatif, namun kini telah bergeser menjadi pemain utama. Penerapan teknologi informasi di hampir semua lini kehidupan memaksa pengguna akhir untuk terbiasa dengan dunia online yang serba digital dan serba online. Sehingga yang terjadi selanjutnya adalah persepsi kenyamanan belum menjadi pertimbangan dalam proses adopsi teknologi.

Hasil ini berbeda dengan ide dasar model penerimaan teknologi oleh Davis (1989), yaitu bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu penentu dasar penerimaan pengguna (Anthony & Mutalemwa, 2014; L. da Chen, 2007; Rahayu et al., 2017b; Sasithanakornkaew et al., 2018). Namun temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Gefen dan Straub (2000), bahwa persepsi kenyamanan tidak berhubungan langsung dengan niat adopsi teknologi.

Niat untuk menggunakan *mobile payment* dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi responden mengenai manfaat dan keamanan aplikasi. Demikian pula persepsi keamanan mempengaruhi keputusan penggunaan *mobile payment*. Persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap keinginan mahasiswa untuk menggunakan *m-*

payment. Responden berpendapat bahwa menggunakan m-payment mempermudah transaksi dan meningkatkan kinerjanya, sehingga meningkatkan keinginan untuk menggunakan m-payment.

Dalam kondisi pandemi Covid-19 yang mengharuskan setiap orang untuk mengurangi aktivitas di luar rumah dan melakukan transaksi non tunai, menjadikan m-payment sebagai solusi cerdas untuk bertransaksi. Pemerintah bahkan menganjurkan untuk mengurangi penggunaan uang tunai yang dianggap sebagai salah satu media penyebaran virus tersebut.

Persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan teknologi baru, hal ini sejalan dengan penelitian Pousttchi (2003) dan Chandra (2018). Responden beranggapan bahwa m-payment saat ini menawarkan keamanan untuk menyesuaikan dengan apa yang diharapkan pengguna daripada dengan mode pembayaran tunai. Persepsi keamanan dan kepercayaan yang ditawarkan menunjukkan bahwa penyedia layanan m-payment selalu berusaha untuk meningkatkan layanannya. Di sisi lain, kampanye cashless yang masif didorong untuk mengedukasi responden bahwa m-payment lebih aman daripada cash.

Masalah keamanan dan kepercayaan masih terbukti menjadi faktor pendorong penggunaan m-payment. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan sebuah teknologi baru. Tingkat literasi keuangan responden ditemukan memiliki pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap kesediaan untuk menggunakan m-payment. Karena hasil yang tidak signifikan, sehingga tinggi rendahnya tingkat literasi keuangan seorang mahasiswa tidak menentukan mahasiswa memiliki keinginan untuk memanfaatkan m-payment. Sehingga pengetahuan, pemahaman dan keterampilan dalam hal keuangan tidak berpengaruh terhadap keinginan responden untuk menggunakan m-payment. Niat atau keinginan responden memiliki andil dalam membentuk keputusan menggunakan m-payment. Niat menggunakan m-payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan m-payment.

Sesuai dengan Theory Reasoned Action (TRA) yang merupakan grand theory dari TAM, menyatakan bahwa penentu perilaku adalah niat berperilaku. Jadi keputusan menggunakan m-payment terjadi karena adanya niat atau keinginan responden (Davis, 1989; Montaña, 1992). Meskipun banyak penelitian TAM hanya bertujuan untuk menentukan determinan niat (Chandra et al., 2018; L. da Chen, 2007; Park & Park, 2009).

Tingkat literasi keuangan mahasiswa berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan m-payment. Hasil yang tidak signifikan ini terlihat pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil tersebut tingkat literasi keuangan responden tidak memiliki andil dalam menentukan keputusan menggunakan m-payment. Namun pada tingkat signifikansi 10% atau tingkat toleransi yang lebih rendah, ditemukan bahwa pengaruh tingkat literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan m-payment signifikan.

Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka akan semakin ragu untuk memilih menggunakan m-payment, dan pada akhirnya akan memutuskan tidak menggunakannya. Temuan ini kontradiksi dengan asumsi awal yang dibangun atau menolak hipotesis yang dibangun. Hasil ini sesuai akan sejalan dengan penelitian sebelumnya, yang menemukan bahwa kurangnya pengetahuan tentang manajemen keuangan menyebabkan perilaku keuangan berisiko (H. Chen & Volpe, 1998; Margaretha & Pambudhi, 2015; Xiao et al., 2014), apabila mempersepsikan bahwa m-payment sebagai keputusan berisiko. Variabel confounding atau kontrol yaitu gender, tingkat pendidikan dan tingkat konsumsi dimasukkan pada model kedua terbukti meningkatkan ketepatan model. Dari hasil analisis diketahui bahwa variabel kontrol memiliki pengaruh yang tidak signifikan namun meningkatkan nilai R^2 dan Q^2 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variasi pada variabel kontrol memiliki kontribusi pada terbentuknya keputusan penggunaan m-payment. Untuk uji kehandalan model atau model fit (lihat pada lampiran 3), tampak bahwa kedua model hampir seluruhnya memenuhi kriteria yang ditetapkan, meskipun untuk kriteria AFVIF menghasilkan infinit. Dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini kurang baik.

5. KESIMPULAN

Pada kondisi pandemi, literasi keuangan tidak menjadi alasan penggunaan m-payment, melainkan kebutuhan akan rasa aman dan manfaat yang dijanjikan oleh teknologi baru. Adapun variasi dalam hal gender, pendidikan dan jumlah konsumsi per hari pun tidak ada pengaruh terhadap penggunaan m-payment karena dikalahkan oleh kebutuhan akan keamanan dan manfaat. Saran untuk penelitian selanjutnya menerapkan model penelitian yang sama pada kondisi bukan pandemi untuk mengetahui perbedaan dengan kondisi pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvara Reasearch Center. (2017). THE URBAN MIDDLE-CLASS MILLENIALS INDONESIA: Financial and Online Behavior. www.alvara-strategic.com
- Amalia, S. N. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (Fintech) Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran (Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Iqtishaduna*, 8(1), 57–73.
- Anthony, D., & Mutalemwa, D. (2014). Factors influencing the Use of Mobile Payments in Tanzania : Insights from Zantel’s Z-pesa Service. *The Journal of Language, Technology & Entrepreneurship in Africa*, 5(2), 69–90.
- Bezhovski, Z. (2016). The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System. In *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN (Vol. 8, Issue 8). Online. www.iiste.org
- Chandra, S., Srivastava, S. C., & Theng, Y.-L. (2018). Evaluating the Role of Trust in Consumer Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis. *Communications of the Association for Information Systems*. <https://doi.org/10.17705/1cais.02729>
- Chen, L. da. (2007). A model of consumer acceptance of mobile payment. *International Journal of Mobile Communications*, 6(1), 32. <https://doi.org/10.1504/ijmc.2008.015997>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/s1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/s1057-0810(99)80006-7)
- Chen, H., & Volpe, R. P. (2002). Gender differences in personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 11(3), 289–307.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fitriarianti, B. (2018). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERILAKU KEUANGAN DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI. In *PROSEDING SEMINAR NASIONAL AKUNTANSI* (Vol. 1, Issue 1). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNU/article/view/941>
- Gefen, D., & Straub, D. (2000). The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption. *Journal of the Association for Information Systems*, 1(1), 1–30. <https://doi.org/10.17705/1jais.00008>
- Hootsuite, & We are social. (2020). *Digital 2020: what you really need to know - We Are Social Singapore*. <https://wearesocial.com/sg/blog/2020/01/digital-2020-what-you-really-need-to-know>
- Johnson, V. L., Kiser, A., Washington, R., & Torres, R. (2018). Limitations to the rapid adoption of M-payment services: Understanding the impact of privacy risk on M-Payment services. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.035>

- Jorgensen, B. L. (2007). College Student Financial Literacy Survey Welcome! Information and Consent Form. Virginia Tech.
- Josef, N., & Vera, J. (2017). Financial Literacy And Behavioural Skills: The Influence Of Financial Literacy Level On Behavioural Skills. *KnE Social Sciences*, 1(2), 366. <https://doi.org/10.18502/kss.v1i2.670>
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59, 214–220. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>
- Kadoya, Y., & Khan, M. S. R. (2019). What determines financial literacy in Japan? *Journal of Pension Economics and Finance*. <https://doi.org/10.1017/S1474747218000379>
- Kustono, A. S., Nanggala, A. Y. A., & Mas'ud, I. (2020). Determinants of the Use of E-Wallet for Transaction Payment among College Students. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 85–95. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.2245>
- Lippert, S. K. (2007). Investigating postadoption utilization: An examination into the role of interorganizational and technology trust. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 54(3), 468–483. <https://doi.org/10.1109/TEM.2007.900792>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014a). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014b). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). How Ordinary Consumers Make Complex Economic Decisions: Financial Literacy and Retirement Readiness. *Quarterly Journal of Finance*, 7(3), 1750008. <https://doi.org/10.1142/S2010139217500082>
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). TINGKAT LITERASI KEUANGAN PADA MAHASISWA S-1 FAKULTAS EKONOMI. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(1), 76–85. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76-85>
- Montaño, D. E. (1992). Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice. *Annals of Internal Medicine*, 116(4), 350. https://doi.org/10.7326/0003-4819-116-4-350_1
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Siaran Pers Survei OJK 2019: Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Meningkat. *Sp 58/Dhms/Ojk/Xi/2019, November*, 1.
- Park, S. Y. (2009). An analysis of the technology acceptance model in understanding university students' behavioral intention to use e-learning. *Journal of Educational Technology & Society*, 12(3), 150–162.
- Park, S. Y., & Park, S. Y. (2009). An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University... *Journal of Educational Technology & Society*, 12(3), 150–162.

- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2018). How well do women do when it comes to financial literacy? Proposition of an indicator and analysis of gender differences. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 17, 28–41. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.12.005>
- Pousttchi, K. (2003). CONDITIONS FOR ACCEPTANCE AND USAGE OF MOBILE. *MBusiness*, 201–210.
- Rahayu, F. S., Budiyanto, D., & Palyama, D. (2017a). Analisis Penerimaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 1(2), 87–98. <https://doi.org/10.21460/jutei.2017.12.20>
- Rahayu, F. S., Budiyanto, D., & Palyama, D. (2017b). Analisis Penerimaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 1(2), 87–98. <https://doi.org/10.21460/jutei.2017.12.20>
- Ramadhan, B. (2020). *Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020*. Teknoia.Com. <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19>
- Sasithanakornkaew, S., Phokiew, N., Poonpermpong, P., Bumrungrat, V., Udomsinkha, N., & Srisang-on, W. (2018). Acceptance of Qr Code Payment Technology in Mobile Banking Applications Among Kasetsart University'S Students 1 Saranthorn Sasithanakornkaew, 2 Navarat Phokiew, 3 Pantakorn Poonpermpong, 4 Valenrudee Bumrungrat, 5 Narisara Udomsinkha, 6 Waritsara Srisang-. *Proceeding of 124th IASTEM Internatonal Conference, July*, 7–9. http://www.worldresearchlibrary.org/up_proc/pdf/1760-15355195267-9.pdf
- We are Social. (2021). Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Xiao, J. J., Ahn, S. Y., Serido, J., & Shim, S. (2014). Earlier financial literacy and later financial behaviour of college students. *International Journal of Consumer Studies*, 38(6), 593–601. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12122>
- Yang, Q., Pang, C., Liu, L., Yen, D. C., & Michael Tarn, J. (2015). Exploring consumer perceived risk and trust for online payments: An empirical study in China's younger generation. *Computers in Human Behavior*, 50, 9–24. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.058>
- Yang, Y., Liu, Y., Li, H., & Yu, B. (2015). Understanding perceived risks in mobile payment acceptance. *Industrial Management and Data Systems*. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2014-0243>

Lampiran 1 Tabel Loading Factor

	FL1	FL2	FL	PEOU	PU	PT	ITU	BU	Type (a)	SE	P value
FL1A	0.714	0.258	0.576	0.322	0.247	0.111	0.133	-0.052	Reflect	0.076	<0.001
FL1B	0.752	0.393	0.677	0.189	0.145	0.155	0.198	0.152	Reflect	0.076	<0.001
FL1C	0.762	0.379	0.675	0.317	0.206	0.179	0.163	0.077	Reflect	0.076	<0.001
FL1D	0.728	0.231	0.567	0.26	0.182	0.237	0.227	0.046	Reflect	0.076	<0.001
FL2D	0.252	0.84	0.647	0.105	0.185	0.282	0.264	0.313	Reflect	0.074	<0.001
FL2E	0.364	0.825	0.704	0.148	0.141	0.317	0.214	0.227	Reflect	0.074	<0.001
FL2F	0.39	0.901	0.764	0.113	0.172	0.224	0.098	0.163	Reflect	0.073	<0.001
FL2H	0.433	0.775	0.715	0.097	0.152	0.265	0.231	0.211	Reflect	0.075	<0.001
Iv_FL1	1	0.428	0.845	0.367	0.263	0.231	0.244	0.077	Reflect	0.074	<0.001
Iv_FL2	0.428	1	0.845	0.138	0.194	0.323	0.238	0.272	Reflect	0.074	<0.001
PEOU1	0.365	0.151	0.306	0.931	0.789	0.462	0.468	0.325	Reflect	0.072	<0.001
PEOU2	0.349	0.152	0.296	0.945	0.837	0.471	0.568	0.368	Reflect	0.072	<0.001
PEOU3	0.311	0.082	0.233	0.918	0.794	0.449	0.556	0.345	Reflect	0.073	<0.001
PU1	0.269	0.217	0.288	0.805	0.905	0.471	0.584	0.344	Reflect	0.073	<0.001
PU2	0.253	0.184	0.258	0.823	0.952	0.441	0.594	0.333	Reflect	0.072	<0.001
PU3	0.2	0.133	0.197	0.757	0.895	0.379	0.516	0.308	Reflect	0.073	<0.001
PT1	0.129	0.268	0.235	0.427	0.391	0.881	0.705	0.647	Reflect	0.073	<0.001
PT2	0.166	0.272	0.259	0.391	0.369	0.927	0.579	0.502	Reflect	0.073	<0.001
PT3	0.327	0.328	0.387	0.513	0.501	0.87	0.647	0.454	Reflect	0.074	<0.001
ITU1	0.299	0.241	0.319	0.503	0.526	0.593	0.887	0.56	Reflect	0.073	<0.001
ITU2	0.16	0.182	0.202	0.516	0.585	0.688	0.913	0.568	Reflect	0.073	<0.001
ITU3	0.2	0.218	0.247	0.513	0.545	0.653	0.89	0.575	Reflect	0.073	<0.001
Behav	0.077	0.272	0.207	0.372	0.358	0.598	0.633	1	Reflect	0.071	<0.001

Lampiran 2

	Composite reliability coefficients	Cronbach's alpha coefficients	Average variances extracted	Full collinearity VIFs (Model 1)	Full collinearity VIFs (Model 2)
FL1	0.828	0.723	0.547	Inf	
FL2	0.903	0.856	0.7	Inf	
FL	0.833	0.6	0.714	Inf	
PEOU	0.951	0.923	0.867	4.952	5.237
PU	0.941	0.906	0.842	4.856	5.364
PT	0.922	0.873	0.798	2.409	2.465
ITU	0.925	0.878	0.804	3.073	3.135
BU	1	1	1	1.924	2.023
Gender	1	1	1		1.217
Edu	1	1	1		1.464
Consump	1	1	1		1.137

Lampiran 3

Average path coefficient (APC)=0.325, $P < 0.001$

Average R-squared (ARS)=0.561, $P < 0.001$

Average adjusted R-squared (AARS)=0.549, $P < 0.001$

Average block VIF (AVIF)=2.230, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Average full collinearity VIF (AFVIF)=Inf, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Tenenhaus GoF (GoF)=0.663, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36

Sympson's paradox ratio (SPR)=0.750, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1

R-squared contribution ratio (RSCR)=0.943, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1

Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

Average path coefficient (APC)=0.251, $P = 0.001$

Average R-squared (ARS)=0.572, $P < 0.001$

Average adjusted R-squared (AARS)=0.555, $P < 0.001$

Average block VIF (AVIF)=1.949, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Average full collinearity VIF (AFVIF)=Inf, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Tenenhaus GoF (GoF)=0.694, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36

Sympson's paradox ratio (SPR)=0.818, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1

R-squared contribution ratio (RSCR)=0.947, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1

Statistical suppression ratio (SSR)=0.909, acceptable if ≥ 0.7

Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7