

Pengembangan UMKM Kuliner Melalui *Digital Payment* Berdasarkan Preferensi Customer Dengan Metode SEM dan TOPSIS (Studi Kasus UMKM Kuliner Daerah Jombang)

Eka Septiana Wulandari^{a*}, Retno Indriartiningtias^b, Ernaning Widiaswanti^c, Ida Lumintu^d, Kukuh Winarso^e, Sabarudin Akhmad^f

^{a, b, c, d, e, f} Industrial Engineering, Universitas Trunojoyo Madura, PO. BOX 2 Kamal, Bangkalan, Indonesia

ABSTRAK

Perkembangan UMKM kuliner jombang saat ini mulai berkembang dengan pesat. Dengan hadirnya pembayaran non tunai dapat meningkatkan efisiensi dan meningkat keberhasilan suatu usaha UMKM. Penggunaan *e-wallet* saat ini dapat membantu konsumen lebih efektif, dan tidak perlu membawa uang *cash*. Namun pada UMKM kuliner daerah Jombang sebagian besar belum menggunakan pembayaran *digital payment*. Untuk mengatasi permasalahan ini maka dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui minat penggunaan *e-wallet* pada konsumen UMKM kuliner daerah Jombang Kota. Penelitian ini menggunakan lima variabel *eksogen* yang terdiri dari variabel kemudahan, kepercayaan, kegunaan, resiko, dan promosi, sedangkan variabel *endogen* yaitu *intention to transact online*. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling* yang digunakan untuk menentukan variabel yang mempengaruhi dalam pemilihan *e-wallet*. Hasil dari SEM akan digunakan untuk melakukan perankingan *e-wallet* mana yang terbaik berdasarkan preferensi konsumen dengan menggunakan metode TOPSIS. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara *offline*, dengan kriteria sampel responden yang sudah pernah menggunakan *e-wallet*. Jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan 125 responden. Hasil pengujian menggunakan SEM menunjukkan bahwa variabel yang signifikan terdiri dari variabel kepercayaan, kegunaan, promosi berpengaruh terhadap *intention to transact online* menggunakan *e-wallet*. Hasil analisis dari TOPSIS menunjukkan bahwa *e-wallet* yang terbaik ada Dana, selanjutnya ada ShopeePay, LinkAja, Gopay, dan Ovo.

Kata Kunci: E-wallet, Kemudahan, Kepercayaan, Kegunaan Resiko Promosi, SEM

ABSTRACT

The development of culinary MSMEs in Jombang had grown rapidly. The presence of cashless payment methods increased efficiency and improved the success of MSME businesses. The use of e-wallets helped consumers make transactions more effectively without the need to carry cash. However, most culinary MSMEs in Jombang had not yet adopted digital payment methods. To address this issue, this study aimed to examine consumer interest in using e-wallets for culinary MSMEs in Jombang City. This study used five exogenous variables, namely ease of use, trust, usefulness, risk, and promotion, while the endogenous variable was intention to transact online. The Structural Equation Modeling (SEM) method was applied to determine the factors influencing e-wallet selection. The results from SEM were then used to rank the best e-wallets based on consumer preferences using the TOPSIS method. Data collection for this study was conducted through offline questionnaires, with respondents who had prior experience using e-wallets. The total sample size consisted of 125 respondents. The SEM test results showed that the significant variables influencing intention to transact online using e-wallets were trust, usefulness, and promotion. The analysis using TOPSIS indicated that the best-ranked e-wallet was Dana, followed by ShopeePay, LinkAja, Gopay, and Ovo.

Keywords: E-wallet, Ease of Use, Trust, Usefulness, Risk, Promotion, SEM

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dalam zaman globalisasi mengalami evolusi yang sangat cepat dalam kehidupan masyarakat terutama ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, serta mempermudah aktivitas masyarakat sehari-hari, seperti melakukan transaksi pembayaran. Kemajuan teknologi membuat penggunaan internet semakin meningkat, sehingga berdampak pada perubahan kebiasaan pada sistem pembayaran dari metode tunai beralih ke pembayaran non-tunai. *Financial technology* merupakan teknologi yang tidak lepas dari layanan keuangan dan model bisnis teknologi yang digabungkan dan dikembangkan dengan tujuan untuk memfasilitasi transaksi keuangan [1]. Salah satu bentuk *Fintech* yang berkembang pesat di Indonesia dalam bentuk sistem pembayaran digital *payment* atau *e-wallet*. *E-wallet* merupakan media elektronik yang digunakan dalam alternatif metode pembayaran dengan menggunakan koneksi internet [2]. *E-wallet* yang banyak digunakan oleh konsumen Indonesia yaitu Shopeepay, Dana, Gopay, Ovo, dan LinkAja.

Penggunaan dompet digital dalam aktivitas sehari-hari telah menghasilkan banyak aplikasi dompet digital yang tersedia, sehingga dapat menyebabkan tantangan dalam memilih dompet digital mana yang paling efisien untuk digunakan. Untuk mengatasi masalah ini, dilakukan penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet*, yang dapat membantu menentukan *e-wallet* yang paling sesuai untuk direkomendasikan kepada UMKM. UMKM merupakan unit usaha yang produktif berdiri sendiri atau usaha yang didirikan oleh individu [3]. UMKM pada awalnya masih menggunakan sistem pembayaran tunai mulai sekarang secara bertahap beralih menggunakan fitur pembayaran non tunai. faktor yang mempengaruhi *intention to transact online* penggunaan *e-wallet* pada UMKM Kuliner adalah kemudahan, kegunaan, kepercayaan, resiko, dan promosi.

Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan tolak ukur kepercayaan terletak pada penggunaan teknologi atau situs yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan transaksi secara daring [4], dalam penelitian yang dilakukan oleh [5] menunjukkan bahwa kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pengguna *e-wallet*. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) adalah kemampuan seseorang untuk meningkatkan kinerja mereka dalam konteks penggunaan sistem aplikasi tertentu. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hal ini didukung oleh temuan penelitian dari [6] pada penelitiannya menunjukkan bahwa kegunaan memiliki dampak signifikan terhadap minat pengguna untuk melakukan transaksi online. Selain kegunaan, kepercayaan (*trust*) juga faktor utama yang mendorong individu untuk melakukan transaksi secara daring. kepercayaan terhadap suatu sistem pembayaran elektronik dapat diartikan sebagai kepercayaan konsumen terhadap transaksi pembayaran elektronik [7]. Temuan ini didukung oleh penelitian dari [8] yang menekankan bahwa pentingnya kepercayaan (*trust*) yang di rasakan konsumen dapat mendorong niat untuk terus menggunakan layanan aplikasinya. persepsi resiko (*risk*) dan promosi juga merupakan faktor yang dinilai mempengaruhi *intention to transact online* penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan dengan uraian sebelumnya, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang membahas mengenai *e-wallet* yang ditunjukkan kepada UMKM kuliner (pusat oleh-oleh) daerah Jombang kota dan membahas tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *intention to transact online* penggunaan *e-wallet* menggunakan model *Structural Equation Modeling* (SEM). Output tersebut nantinya akan digunakan untuk merancang strategi penerapan *e-wallet* berdasarkan dengan preferensi konsumen dengan menggunakan metode TOPSIS.

2. Tinjauan Pustaka

1. *E-wallet*

E-wallet atau dompet digital adalah perangkat elektronik layanan jasa, atau perangkat lunak yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran secara online. Penggunaan *e-wallet* sangat dibutuhkan dan tepat bagi penggunanya untuk mempercepat, mudah, dan aman dalam proses segala transaksi. Adanya *e-wallet* mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi karena tidak harus membawa uang tunai dalam jumlah yang banyak dengan mempunyai aplikasi *e-wallet* di *smartphone* dengan jaringan internet konsumen dapat melakukan transaksi dengan mudah [9]

2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu perusahaan yang memproduksi barang dan menyediakan layanan berdasarkan dengan bahan baku lokal, dan kreasi seni tradisional. UMKM mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat [10]. Bukti nyata peran UMKM dalam perekonomian Indonesia tercatat 42,3 juta dari total jumlah unit usaha, UMKM juga banyak menyerap pekerja sebanyak 79 juta dari total angkatan kerja. UMKM mampu menyerap sekitar 70% tenaga kerja informal dan 30% yang bergerak dalam bidang formal masyarakat [11].

3. *Structural Equation Modeling*

Structural equation modeling (SEM) adalah suatu metodologi statistik yang termasuk generasi kedua dari analisis *multivariate* yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel yang kompleks untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai keseluruhan model. Metode SEM mempunyai nama lain yaitu *covariance structural analysis (covariance structure modeling)* [12]

4. Metode TOPSIS (*Technique For Other Reference By Similarity To Ideal Solution*)

Topsis merupakan metode pengambilan keputusan yang dikenalkan oleh Yoon dan Hwang pada tahun 1981 yang digunakan sebagai salah satu metode untuk memecahkan masalah multikriteria. Metode TOPSIS memberikan solusi dari sejumlah alternatif yang mungkin dengan cara membandingkan pada setiap alternatif terbaik dan alternatif terburuk yang ada diantara alternatif-alternatif masalah. Konsep ini banyak digunakan karena konsepnya sederhana dan mudah dipahami, dan memiliki kemampuan untuk mengukur kinerja relatif dari alternatif keputusan dalam bentuk matematis yang sederhana [13]. Adapun langkah-langkah penyelesaian dalam metode TOPSIS sebagai berikut [14] :

1. Membuat matriks keputusan yang ternormalisasi.

Metode TOPSIS membutuhkan rating untuk setiap alternatif pada setiap kriteria yang ternormalisasi. Matriks ternormalisasi dapat dihitung menggunakan rumus:

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_i^m x_{ij}}} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

r_{ij} = matriks keputusan ternormalisasi

x_{ij} = bobot kriteria j alternatif ke i

j = subkriteria ke-j

i = alternatif ke i

2. Membuat matriks keputusan ternormalisasi terbobot

$$Y_{ij} = w_j r_{ij} \dots\dots\dots (2)$$

3. Menentukan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif.

Perhitungan solusi ideal positif (A^+) serta solusi ideal negatif (A^-) berdasarkan pada rating bobot ternormalisasi. Perhitungan matriks solusi ideal positif dan negatif dapat dihitung dengan rumus :

$$A^+ = (y_1^+, y_2^+, \dots, y_n^+) \dots \dots \dots (3)$$

$$A^- = (y_1^-, y_2^-, \dots, y_n^-) \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

y_j^+ = nilai terbesar matriks y setiap kriteria ke- j

y_j^- = nilai terkecil matriks y setiap kriteria ke- j

4. Menentukan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi yang positif dan matriks solusi yang ideal negatif. Rumus dalam menentukan jarak dengan solusi ideal positif dan negatif sebagai berikut :

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_j^+ - y_{ij})^2} \dots \dots \dots (5)$$

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_{ij} - y_j^-)^2} \dots \dots \dots (6)$$

Keterangan:

D_i^+ = jarak nilai alternatif dengan solusi ideal positif.

D_i^- = jarak nilai alternatif dengan solusi ideal negatif.

5. Menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif.

Nilai preferensi yang lebih besar menunjukkan bahwa alternatif layak untuk dipilih sebagai alternatif terbaik. Rumus dalam menghitung preferensi sebagai berikut:

$$V_i = \frac{D_j^-}{D_i^- + D_i^+} \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan :

V_i = nilai preferensi dari alternatif ke- i

D_j^- = jarak solusi ideal negatif

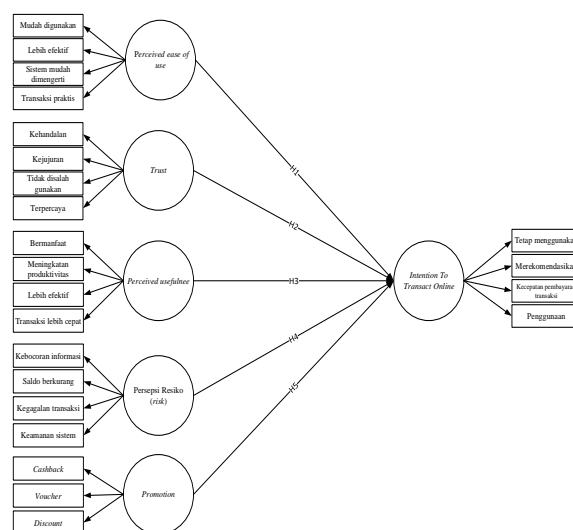
D_j^+ = jarak solusi ideal positif

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan *non probability sampling* berjenis *purposive sampling* dengan menyebarkan kuesioner secara *offline* kepada 125 responden. Kriteria responden untuk pengisian kuesioner responden yang pernah membeli pada UMKM kuliner pusat oleh-oleh Jombang dan menggunakan *e-wallet*. Kuesioner penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert, dengan pilihan jawaban responden diberi nilai dari skala satu sampai empat pada setiap pertanyaan. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan TOPSIS.

3.1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar mengenai alur dari suatu penelitian yang dilakukan. Penelitian menggunakan variabel bebas (independen) yaitu kemudahan (X_1), kepercayaan (X_2), kegunaan (X_3), resiko (X_4), promosi (X_5), dan variabel bebasnya *intention to transact online* (Y). Adapun kerangka berpikir pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Kerangka berfikir
Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Sehingga hipotesis yang terbentuk pada penelitian ini adalah :

1) Hipotesis 1

H_0 : *Perceived ease of use* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

H_1 : *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

2) Hipotesis 2

H_0 : *Perceived usefulness* tidak berpengaruh positif terhadap *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

H_1 : *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

3) Hipotesis 3

H_0 : *Trust* tidak berpengaruh positif terhadap *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

H_1 : *Trust* berpengaruh positif terhadap *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

4) Hipotesis 4

H_0 : *Risk* tidak berpengaruh positif terhadap *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

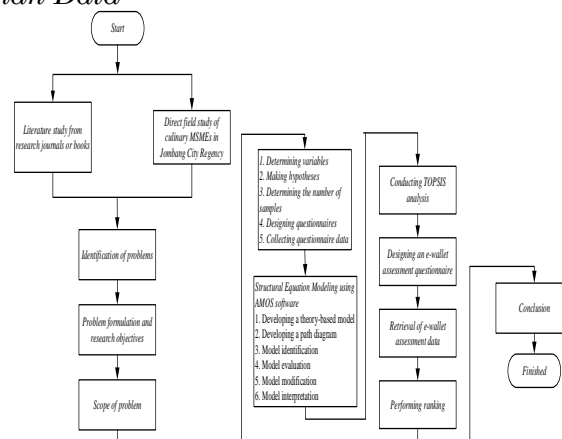
H_1 : *Risk* berpengaruh positif terhadap *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

5) Hipotesis 5

H_0 : *promotion* tidak berpengaruh positif terhadap *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

H_1 : *promotion* berpengaruh positif terhadap *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

3.2 Flowchart Pengolahan Data



Gambar 2 Pengolahan Data
Sumber: Data Primer Diolah, 2023

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil penyebaran kuesioner diuji validitas dan reliabilitas. Uji validitas juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi pengukurannya [15]. Instrument dikatakan valid jika nilai *loading factor* (*p-value*) lebih kecil dari 0,05. Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap semua butir pertanyaan yang lolos uji validitas [16]. Pengukuran reliabilitas dengan melihat nilai AVE dan *costruct reliability* (CR). Variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai AVE $\geq 0,50$ dan CR $\geq 0,70$.

Table 1 Uji Validitas

Variabel	indikator	P
<i>Perceived ease of use</i>	K4	
	K3	***
	K2	***
	K1	***
<i>Trust</i>	Kep4	
	Kep3	***
	Kep2	***
	Kep1	***
<i>Perceived usefulness</i>	Keg4	
	Keg3	***
	Keg2	***
	Keg1	***
<i>Risk</i>	R4	
	R3	***
	R2	***
<i>Promotion</i>	R1	***
	P3	
	P2	***
<i>Intention to transact online</i>	P1	***
	Y1	
	Y2	***
	Y3	***
	Y4	***

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Hasil uji validitas dapat dilihat bahwa hasil menunjukkan (***) yang dapat diartikan bahwa angka yang dihasilkan sangat kecil jauh dibawah 0,001, sehingga semua indikator dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Table 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	loading faktor	AVE	Construct reliability
<i>Perceived ease of use</i>	K4	0,617	0,83	0,88
	K3	0,540		
	K2	0,616		
	K1	0,770		
<i>Trust</i>	Kep4	0,730	0,87	0,91
	Kep3	0,697		
	Kep2	0,597		
	Kep1	0,618		
<i>Perceived usefulness</i>	Keg4	0,815	0,84	0,87
	Keg3	0,729		
	Keg2	0,760		
	Keg1	0,827		
<i>Risk</i>	R4	0,64	0,91	0,93
	R3	0,553		
	R2	0,833		
	R1	0,807		
<i>Promotion</i>	P3	0,584	0,74	0,82
	P2	0,547		
	P1	0,77		
<i>Intention to transact online</i>	Y1	0,85	0,91	0,94
	Y2	0,702		
	Y3	0,624		
	Y4	0,629		

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

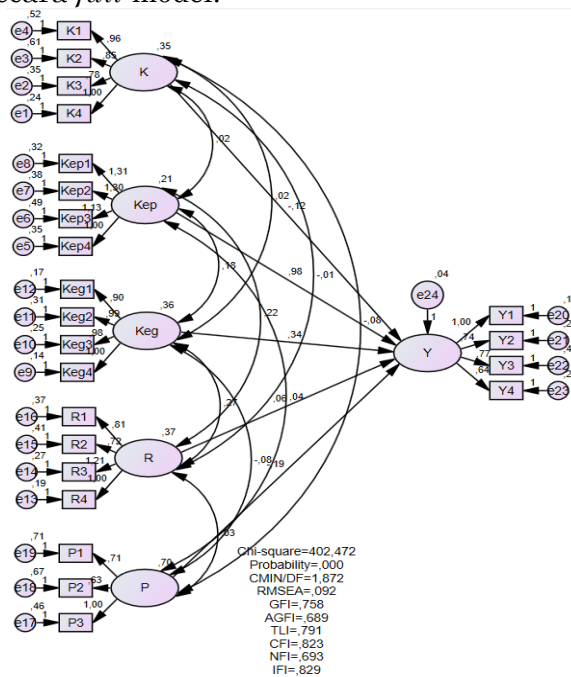
Uji reliabilitas dihitung dengan rumus AVE dan CR. Nilai *construct reliability* pada masing-masing variabel mendapatkan nilai $\geq 0,70$ dan nilai pada *Average Variance Extracted* mendapatkan nilai $\geq 0,50$. Perhitungan pada variabel kemudahan mendapatkan nilai AVE $0,83 \geq 0,5$, dan nilai CR $0,88 \geq 0,70$. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

4.1.1 Asumsi-Asumsi SEM

Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) memiliki asumsi-asumsi yang harus terpenuhi. Hasil uji normalitas pada SEM dilihat pada kolom C.R (*critical Ratio*). Kriteria normalitas menggunakan C.R dan Kurtosis sebesar $\leq 2,58$. Uji dikatakan berdistribusi normal jika nilai C.R $\leq 2,58$ [12]. Cara membaca hasil uji normalitas dengan melihat nilai pada kolom *critical ratio* (CR), *skewness*, dan *kurtosis*. Hasil yang di peroleh sebesar $2,198 < 2,58$ yang artinya data berdistribusi normal secara *multivariat* maupun *univariate*.

4.1.2 Uji Model Struktural

Model struktural menggambarkan hubungan antar variabel-variabel laten endogen dan eksogen secara *full model*.



Gambar 3 Gambar Full Model
Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan gambar diatas nilai dari *chi-square* masih sangat besar yaitu 402,472. Nilai CMIN/DF memiliki nilai 1,872 yang dapat diartikan kriteria tersebut sudah *good fit*. Pada gambar menjelaskan bahwa hanya terdapat satu kriteria yang memenuhi uji kelayakan model. Model dapat dikatakan layak apabila terdapat 4-5 kriteria yang memenuhi uji kelayakan model. Uji kelayakan model pada penelitian ini belum memenuhi kriteria sehingga dibutuhkan modifikasi model yang bertujuan untuk menurunkan nilai *chi-square* dan menjadikan model fit. Berikut ini hasil yang diperoleh dari modifikasi model yang sudah *good fit* dapat dilihat pada Tabel 3.

Table 3. Hasil modifikasi *good fit*

Modification indeces	Cut Of Value	Hasil Analisis	Keterangan
<i>Chi-square</i>	Diharapkan Kecil	254,469	Good Fit
Probabilitas	> 0,05	0,007	Tidak Fit
CMIN/DF	< 2	1,26	Good Fit
RMSEA	< 0,08	0,05	Good Fit
GFI	≥ 0,90	0,839	Tidak Fit
AGFI	≥ 0,90	0,780	Tidak Fit
TLI	≥ 0,95	0,93	Tidak Fit
CFI	≥ 0,95	0,950	Good Fit
NFI	≥ 0,90	0,806	Tidak Fit
IFI	≥ 0,95	0,953	Good Fit

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel tersebut menjelaskan pada modifikasi ini sudah memenuhi syarat kriteria 4-5. Modifikasi ke 13 terdapat 5 kriteria yang sudah memenuhi syarat. Modifikasi ke 13 mendapatkan nilai *Chi-square* sebesar 258,071, CMIN/DF sebesar 1,277 < 2, RMSEA

mendapatkan nilai sebesar $0,052 < 0,08$, CFI mendapatkan nilai sebesar $0,953 \geq 0,95$, dan IFI mendapatkan nilai sebesar $0,955 \geq 0,95$ berarti kriteria sudah fit.

4.1.3 Interpretasi Model

Interpretasi model yaitu melakukan pengujian hipotesis. Hipotesis pada penelitian ini akan diuji menggunakan alat analisis *structural equation modeling* (SEM). Uji ini dilakukan dengan cara mengembangkan nilai P (*Probability*) pada hasil *output outer weight* dengan ketentuan nilai $P < 0,05$.

Hipotesis 1

Hipotesis H_1 ditolak : kemudahan (*perceived ease of use*) tidak terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

Nilai *regression weight* pada variabel kemudahan pada *intention to transact online* mendapatkan nilai $-0,124$ dan pada *critical ratio* (C.R) sebesar $-1,223$ dengan nilai probabilitas uji hipotesis mendapatkan nilai $0,221 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kemudahan terhadap *intention to transact online*. Hasil pengujian menjelaskan bahwa pengujian hipotesis pertama tidak terdapat pengaruh antara variabel kemudahan dengan *Intention to transact online* maka **H_0 diterima**. Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian dari [17] yang menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* Ovo di kota Surabaya. Hal ini tidak sesuai dengan pengertian dari kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan mempengaruhi sikap seseorang untuk mengambil keputusan untuk menggunakan layanan tersebut. Tetapi sejalan dengan penelitian [18] yang menyatakan bahwa variabel kemudahan tidak terdapat pengaruh terhadap penggunaan *e-wallet* shopeepay.

Hipotesis 2

Hipotesis H_1 diterima : kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

Nilai *regression weight* pada variabel kegunaan terhadap *intention to transact online* mendapatkan nilai $0,984$ dan pada *critical ratio* (C.R) sebesar $3,211$ dengan nilai probabilitas uji hipotesis mendapatkan nilai $0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kegunaan terhadap *Intention to transact online*. Hasil pengujian menjelaskan bahwa pengujian hipotesis ketiga terdapat pengaruh antara variabel kegunaan dengan *intention to transact online* maka **H_0 ditolak**. Sejalan juga dengan penelitian dari [17] yang menyatakan bahwa variabel kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* Ovo di kota Surabaya. Sejalan juga dengan penelitian dari [19] yang menyatakan bahwa variabel kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap *intention to use* dompet digital.

Hipotesis 3

Hipotesis H_1 diterima : Kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

Nilai *regression weight* pada variabel kepercayaan pada *intention to transact online* mendapatkan nilai $0,350$ dan pada *critical ratio* (C.R) sebesar $2,167$ dengan nilai probabilitas uji hipotesis mendapatkan nilai $0,030 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan terhadap *Intention to transact online*. Hasil pengujian menjelaskan bahwa pengujian hipotesis kedua terdapat pengaruh antara variabel kepercayaan dengan *intention to transact online* maka **H_0 ditolak**. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari [17] yang menyatakan bahwa variabel *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* OVO di kota Surabaya.

Hipotesis 4

Hipotesis H₁ ditolak : resiko (*risk*) tidak berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

Nilai *regression weight* pada variabel resiko terhadap *intention to transact online* mendapatkan nilai 0,043 dan pada *critical ratio* (C.R) sebesar 0,191 dengan nilai probabilitas uji hipotesis mendapatkan nilai 0,848 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel resiko terhadap *intention to transact online*. Hasil pengujian menjelaskan bahwa pengujian hipotesis keempat tidak terdapat pengaruh antara variabel resiko dengan *intention to transact online* maka **H₀ diterima**. Tidak sejalan dengan penelitian dari [20] yang menyatakan bahwa risk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* di kota Bandung.

Hipotesis 5

Hipotesis H₁ diterima : *promotion* terdapat pengaruh positif terhadap *intention to transact online* penggunaan *e-wallet*.

Nilai *regression weight* pada variabel promosi terhadap *intention to transact online* mendapatkan nilai -0,200 dan pada *critical ratio* (C.R) sebesar -2,103 dengan nilai probabilitas uji hipotesis mendapatkan nilai 0,035 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel promosi terhadap *Intention to transact online*. Hasil pengujian menjelaskan bahwa pengujian hipotesis kelima terdapat pengaruh antara variabel promosi dengan *intention to transact online* maka **H₀ ditolak**. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian [21] yang menyatakan bahwa promosi tidak terdapat pengaruh langsung yang positif dan signifikan dari *promotion* terhadap *intention to use*. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *e-wallet*, karena pada *e-wallet* banyak promo yang ditawarkan yang mungkin sesuai dengan kebutuhan yang konsumen inginkan.

4.1.3 Metode TOPSIS (Technique For Other Reference By Similarity To Ideal Solution)

Hasil yang telah didapatkan pada analisis AMOS digunakan untuk menentukan *e-wallet* terbaik dengan menggunakan metode TOPSIS. TOPSIS merupakan metode pengambilan keputusan yang dikenalkan oleh Yoon dan Hwang pada tahun 1981 yang digunakan sebagai salah satu metode untuk memecahkan masalah multikriteria.

1. Membuat Matriks Keputusan Ternormalisasi

Table 4. Hasil matriks keputusan ternormalisasi

Alternatif	Kriteria				
	Kep1	Kep2	Kep3	Kep4	Keg1
A1	0,508	0,511	0,5	0,513	0,473
A2	0,496	0,495	0,503	0,506	0,513
A3	0,404	0,39	0,397	0,402	0,41
A4	0,386	0,418	0,395	0,395	0,406
A5	0,429	0,41	0,428	0,404	0,424
Kriteria					
keg2	Keg3	Keg4	P1	P2	P3
0,506	0,504	0,5	0,451	0,491	0,491
0,492	0,504	0,504	0,485	0,483	0,49
0,406	0,418	0,42	0,446	0,423	0,426
0,398	0,367	0,384	0,417	0,394	0,399
0,421	0,427	0,415	0,434	0,438	0,422

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Matriks keputusan ternomalisasi dihitung dengan cara nilai rata-rata setiap kriteria dibagi akar dari nilai rata-rata setiap kriteria dipangkatkan. Kriteria Kep 1 (indikator kepercayaan) pada alternatif A1 memiliki nilai sebesar 0,508.

2. Membuat Matriks Keputusan Ternomalisasi Terbobot

Metode TOPSIS ini belum terdapat penentuan bobot prioritas pada setiap kriterianya, sehingga harus menentukan bobotnya pada setiap alternatifnya. Pembobotan pada penelitian ini didapatkan dari jumlah jawaban responden tiap pertanyaan dibagi dengan total seluruh jawaban responden tiap pertanyaan. Berikut ini hasil perhitungan matriks keputusan ternomalisasi terbobot :

Table 5. Hasil Matriks Keputusan Ternomalisasi Terbobot

Alternatif	Kriteria				
	Kep1	Kep2	Kep3	Kep4	Keg1
A1	0,116	0,117	0,112	0,119	0,101
A2	0,111	0,11	0,114	0,115	0,118
A3	0,073	0,068	0,071	0,073	0,075
A4	0,067	0,079	0,070	0,070	0,074
A5	0,083	0,076	0,082	0,073	0,081
Kriteria					
keg2	Keg3	Keg4	P1	P2	P3
0,115	0,114	0,113	0,091	0,108	0,108
0,109	0,114	0,114	0,105	0,105	0,108
0,074	0,079	0,079	0,089	0,08	0,081
0,071	0,061	0,066	0,078	0,070	0,071
0,080	0,082	0,078	0,084	0,086	0,080

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Matriks keputusan ternomalisasi terbobot dihitung dengan cara mengalikan hasil yang didapatkan dari matriks ternomalisasi dengan bobot yang telah diperoleh sebelumnya. Kriteria Kep 1 pada alternatif A1 memiliki nilai sebesar 0,116.

3. Matriks Solusi Ideal Positif dan Matriks Solusi Ideal Negatif

Table 6. Matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif

Alternatif	Kriteria				
	Kep1	Kep2	Kep3	Kep4	Keg1
Positif	0,116	0,117	0,114	0,119	0,118
Negatif	0,067	0,068	0,07	0,07	0,074
Kriteria					
keg2	Keg3	Keg4	P1	P2	P3
0,115	0,114	0,114	0,105	0,108	0,108
0,071	0,061	0,066	0,078	0,070	0,071

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel tersebut menjelaskan hasil perhitungan dari matriks solusi ideal positif dan negatif. Matriks solusi ideal positif dan ideal negatif diperoleh dari perhitungan max dan min dari tabel ternomalisasi terbobot. Hasil perhitungannya menunjukkan pada kriteria Kep 1 matriks ideal positif mendapatkan nilai sebesar 0,116, sedangkan matriks ideal negatif mendapatkan nilai sebesar 0,067.

4. Jarak Antar Matriks Solusi Ideal Positif dan Solusi Ideal Negatif

Table 7. Jarak antar matriks solusi ideal positif dan negatif

Alternatif	Nilai D+	Alternatif	Nilai D-
A1	0,022	A1	0,140
A2	0,012	A2	0,139
A3	0,126	A3	0,030
A4	0,144	A4	0,010
A5	0,112	A5	0,039

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel tersebut menjelaskan hasil perhitungan jarak antar matriks solusi ideal positif dan negatif. Jarak antar matriks solusi ideal negatif dihitung dengan cara akar dari nilai setiap kriteria ternormalisasi terbobot dikurang nilai setiap kriteria matriks ideal negatif dikuadratkan. Hasil perhitungan pada alternatif 1 nilai D+ sebesar 0,022, dan D- sebesar 0,140.

5. Nilai Prefensi Setiap Alternatif

Table 8. Nilai prefensi setiap alternatif

Alternatif	Nilai	Rangking
Shopeepay	0,861	2
Dana	0,921	1
Gopay	0,190	4
Ovo	0,067	5
LinkAJa	0,259	3

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel tersebut menunjukkan hasil perangkingan pada nilai V_1 sebesar 0,921, V_2 sebesar 0,861, V_3 sebesar 0,259, V_4 sebesar 0,190, dan V_5 sebesar 0,067. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Dana merupakan alternatif terbaik untuk direkomendasikan pada pemilihan *e-wallet* bagi UMKM kuliner, selanjutnya ada shopeepay, LinkAja, Gopay, dan Ovo. Konsumen lebih memilih *e-wallet* terbaik karena pemotongan saldo sangat cepat, keamanan akun sangat ketat, tidak pernah mengalami kegagalan saat melakukan transaksi.

5. Kesimpulan

Hasil perhitungan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) terdapat 3 variabel yang mempengaruhi *Intention to transact online* penggunaan *e-wallet* yaitu variabel kegunaan, kepercayaan, dan promosi. Hipotesis 2 diterima karena kepercayaan berpengaruh terhadap *intention to transact online* penggunaan *e-wallet*. Nilai pada *critical ratio* (C.R) mendapatkan nilai sebesar 3,211 dengan nilai probabilitas uji hipotesis mendapatkan nilai $0,001 < 0,05$. Hipotesis 3 diterima karena Kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* penggunaan *e-wallet*. Nilai pada *critical ratio* (C.R) mendapatkan nilai sebesar 2,167 dengan nilai probabilitas uji hipotesis mendapatkan nilai $0,030 < 0,05$. Hipotesis 5 diterimaka karena *promotion* terdapat pengaruh positif terhadap *intention to transact online* penggunaan *e-wallet*. Nilai pada *critical ratio* (C.R) mendapatkan nilai sebesar -2,103 dengan nilai probabilitas uji hipotesis mendapatkan nilai $0,035 > 0,05$. Hasil perhitungan menggunakan *Technique For Othet Reference By Similarity To Ideal Solution* (TOPSIS) digunakan untuk menentukan *e-wallet* yang terbaik untuk UMKM Kuliner. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan perankingan bahwa *e-wallet* Dana adalah alternatif terbaik dengan nilai sebesar 0,921, selanjutnya ada Shopeepay dengan nilai sebesar 0,861, LinkAja dengan nilai sebesar 0,259, Gopay dengan nilai sebesar 0,190, dan Ovo dengan nilai sebesar 0,067.

Pustaka

- [1] N. Saffanah and W. Amir, "Implementasi Fintech (E-Wallet) Dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku Umkm Di Kota Makassar," *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi*, vol. 2, no. 1, pp. 1–8, 2022.
- [2] T. Rudyanta, "Fenomena Penggunaan E-Wallet di Kalangan Pengusaha Warung Makan di Perkantoran Jakarta," *Jurnal Pewarta Indonesia*, vol. 2, no. 1, pp. 41–48, 2020.
- [3] A. Maghfiroh and L. Rahmawati, "Pengembangan Umkm Melalui Peran Serta Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Jombang," *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol. 2, no. 5, pp. 1545–1556, 2021.
- [4] K. Ilmiyah and I. Krishernawan, "Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto," *Maker: Jurnal Manajemen*, vol. 6, no. 1, pp. 31–42, 2020.
- [5] A. S. Kustono, A. Y. A. Nanggala, and I. Mas'ud, "Determinants of the Use of E-Wallet for Transaction Payment among College Students," *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, vol. 23, no. 1, Jul. 2020, doi: 10.14414/jebav.v23i1.2245.
- [6] T. Nur and J. Joviando, "Determination of E-Wallet Usage Intention : EExtending the TAM Model with Self Efficacy," in *3rd International Conference on Cybernetics and Intelligent Systems, ICORIS 2021*, Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., 2021.
- [7] R. A. S. Sati and B. B. A. Ramaditya, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card).
- [8] N. Reskyana and Candiwan, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Lanjutan Aplikasi LinkAja," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 4, Apr. 2020.
- [9] S. Dwiantari, R. Permanasari, and W. Puspitasari, "Penggunaan Aplikasi E-Wallet Sebagai Sarana Pembayaran Transaksi Bisnis Kuliner Pada Masa PPKM Kota Semarang," *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, vol. 14, no. 1, 2022.
- [10] N. K. Maryasih, "Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jabodetabek Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19," *Moestopo Journal of International Relations*, vol. 2, no. 2, pp. 150–159, 2022.
- [11] R. Indriartiningtias, "Manajemen Industri Kecil Modern," in *Indriartiningtias, Retno*, Surabaya: Kharizma Grafika, 2009, pp. 1–177.
- [12] S. Haryono and P. Wardoyo, *Structural Equation Modeling: Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalita Utama, 2012.
- [13] M. Tafrikan *et al.*, "Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak Penentuan E-Wallet Terbaik dengan Metode Simple Additive Weighting (SAW) dan Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS)," 2023.
- [14] M. Marbun and B. Sinaga, *Buku Ajar Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Hasil Belajar dengan Metode TOPSIS*, Cetakan Pertama. Sumatera Utara: Cv. Rudang Mayang, 2018.
- [15] Y. Amelia, N. Permana, and S. A. Savitri, "Pengaruh Keadilan Pajak, Sistem Pajak, Dan Love Of Money Terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai Penggelapan Pajak (Tax Evasion)," *Jurnal Ekonomika*, vol. 6, no. 2, pp. 440–455, 2022.

- [16] N. Nanincova, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro," *Manajemen dan Bisnis*, vol. 7, 2019.
- [17] B. A. Nainggolan and D. Andrian, "Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Pada Intention To Transact Online (Studi Kasus: E-Wallet Ovo Di Kota Surabaya)," *Jurnal Heuristic*, vol. 18, pp. 83–96, 2021.
- [18] S. Ayu Kinanti, I. Mukhlis, and K. Kunci Abstrak Kata Kunci, "Analysis Of The Influence Of Perception Factors On Interest In Using E-Wallet Shopeepay," 2022. [Online]. Available:
- [19] K. Ardianto and N. Azizah, "Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya," *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, vol. 23, no. 1, p. 13, May 202.
- [20] M. Fakhriyad Wiradimaja and B. Rikumahu, "The Effect Of Risk Factors And Trust Factors On Adoption Of Electronic Wallet Using TAM Models (Case Study: E-wallet Ovo In Bandung)," 2022.
- [21] G. Willian and M. Tjokrosaputro, "Persepsi Kegunaan dan Promosi Untuk memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet: Sikap Sebagai Variabel Mediator," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, vol. 5, pp. 74–88, Apr. 2021.