

EKSPLORASI PENGARUH SOSIAL, INOVASI LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN HAMBATAN KOMUNIKASI TERHADAP PERSEPSI MANFAAT E-WALLET DI KALANGAN UMKM APINDO LAMPUNG

Fredika Abdillah^{1*}, Febrianty², Euis Mufahamah³

^{1,2,3}University of Malahayati, Indonesia

¹fredikaabdillah123@gmail.com

²febrianty@malahayati.ac.id

³euis@malahayati.ac.id

Received: 04-08-2025

Revised: 16-09-2025

Approved: 17-10-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh sosial, inovasi layanan, kepercayaan, dan hambatan komunikasi terhadap persepsi manfaat penggunaan e-Wallet di kalangan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tergabung dalam Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Lampung. Penggunaan e-Wallet sebagai instrumen pembayaran digital kini semakin meluas, termasuk di sektor UMKM, karena dianggap mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan mendukung digitalisasi ekonomi. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain explanatory research. Populasi penelitian berjumlah 42 UMKM di bawah naungan APINDO Lampung, dengan teknik sampling jenuh sehingga seluruh populasi dijadikan responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui program IBM SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial keempat variabel independen, yaitu pengaruh sosial, inovasi layanan, kepercayaan, dan hambatan komunikasi, berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat e-Wallet. Uji simultan (uji F) juga menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat e-Wallet. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,624 menunjukkan bahwa 62,4% variasi persepsi manfaat dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut, sedangkan sisanya 37,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi positif terhadap manfaat e-Wallet di kalangan UMKM dipengaruhi oleh faktor sosial dan inovasi layanan yang memudahkan interaksi bisnis, kepercayaan terhadap keamanan sistem, serta kemampuan pelaku UMKM dalam mengatasi hambatan komunikasi teknologi.

Kata Kunci: E-Wallet, Inovasi Layanan, Kepercayaan, Hambatan Komunikasi, UMKM

PENDAHULUAN

Saat ini terdapat beberapa kegiatan bisnis yang memanfaatkan e-Wallet yang berguna untuk bertransaksi lebih gampang digunakan oleh masyarakat juga merupakan salah satu inovasi teknologi masa kini yang telah merambah dan mendominasi perekonomian baik di negara berkembang maupun negara maju (Kusumaningtyas & Budiantara, 2023). e-Wallet adalah aplikasi atau layanan dompet elektronik yang berfungsi untuk transaksi antar pengguna agar lebih mudah diakses oleh masyarakat. Transaksi yang bisa dilakukan oleh e-Wallet seperti mengirim uang ke teman atau orang sekitar, membayar barang dan jasa dengan membatasi jumlah uang yang terdapat pada aplikasi. Teknologi yang semakin canggih dan semakin mudah diakses oleh masyarakat untuk bertransaksi pembayaran online maupun offline.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memainkan peran utama di sebagian besar perekonomian, tidak hanya di negara berkembang tetapi juga di negara maju dan baik di tingkat lokal maupun nasional (Kusumaningtyas & Budiantara, 2023). UMKM di

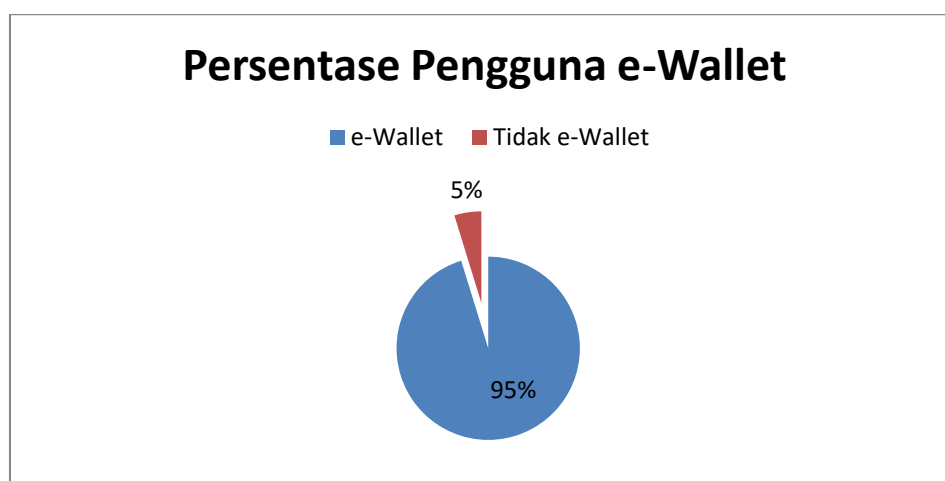
Indonesia sendiri diartikan sebagai badan usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan atau unit usaha perorangan yang tidak termasuk anak perusahaan atau kantor cabang yang secara langsung atau tidak langsung dimiliki atau dikendalikan oleh atau menjadi bagian dari perusahaan yang lebih besar. UMKM dikenal memiliki kemampuan lebih untuk beradaptasi karena dinamisme kewirausahaan, jika dibandingkan dengan perusahaan besar UMKM memiliki keunggulan dalam proses pengambilan keputusan strategis yang cepat dan fleksibel (Paul et al., 2017). Dalam era revolusi industri 4.0, teknologi digital telah menjadi norma baru dalam dunia bisnis dan keuangan yang mengakibatkan semakin pesatnya perluasan aktivitas di kedua sektor tersebut (Acosta et al., 2018). Penggunaan teknologi diyakini dapat meningkatkan kinerja hingga keberlanjutan suatu unit bisnis (Rahayu & Day, 2017).

Salah satu jenis disrupsi teknologi yang akhir-akhir ini menjadi *trend* adalah pembayaran secara digital. Dengan adanya digitalisasi sistem pembayaran diharapkan bahwa inovasi digital akan mampu memberikan akses kepada 83,1 juta populasi terhadap bank dan 62,9 juta UMKM pada ekonomi dan sumber keuangan formal secara berkelanjutan (Bank Indonesia, 2019). Ketersediaan keuangan digital dikatakan dapat menciptakan inklusi keuangan karena akses pembiayaan dan investasi lebih mudah sehingga mendukung perluasan aktivitas operasional UMKM (Sukmawati & Kowanda, 2022). Sebanyak 75% responden Indonesia sebagian besar menggunakan pembayaran digital, seperti *e-Wallet* OVO, DANA, Gopay, Shopeepay dalam tiga bulan terakhir, diikuti oleh kartu debit atau kredit, yang menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen terbiasa dengan pembayaran digital.

Di Indonesia terdapat beberapa Asosiasi bisnis atau dagang yang menaungi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satunya ialah Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) merupakan organisasi pengusaha di Indonesia yang demokratis, bebas dan mandiri yang mempunyai program khusus menangani masalah ketenagakerjaan dan hubungan industrial. Fungsi utama asosiasi pengusaha bertujuan untuk menjadi wadah penyebaran informasi dan komunikasi antara para pebisnis di industri tertentu. Pasalnya, anggota asosiasi ini bisa mengadakan suatu diskusi berkenaan atau pertemuan perdagangan untuk memperkuat pengetahuan dan menyelesaikan isu-isu terkini. Pada masa sekarang ini APINDO bukan hanya sebagai asosiasi yang menangani ketenagakerjaan tapi juga sebagai organisasi profesi yang mempunyai peranan luas dalam pembangunan bangsa Indonesia di masa yang akan datang. APINDO sebagai asosiasi yang menaungi pengusaha di Indonesia yang tersebar di 34 Provinsi, termasuk di provinsi Lampung. APINDO Bandar Lampung menaungi pengusaha perusahaan besar hingga Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang tersebar di provinsi Lampung yang berjumlah 42 UMKM yang berada di bawah naungan APINDO Bandar Lampung. Menurut Purba, dkk (2020) persepsi manfaat adalah tingkatan kepercayaan pengguna bahwa teknologi atau sistem tertentu dapat meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Ketika seseorang pengguna telah merasakan manfaat yang sesuai dengan janji yang ditawarkan oleh sebuah aplikasi khususnya aplikasi *e-Wallet* maka akan muncul kepuasan dari pengguna tersebut.

Berdasarkan pengamatan peneliti yang terjadi pada saat ini adalah dengan berkembangnya teknologi banyak UMKM di Bandar Lampung memanfaatkan hal tersebut. Banyak UMKM bekerjasama dengan *merchant-merchant* atau aplikasi yang memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian seperti Gojek, Grab, Shopee dan UMKM di Bandar Lampung membuat *Scan Barcode* untuk konsumen yang hendak membayar *via non* tunai. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi persepsi manfaat *e-*

Wallet bagi pelaku UMKM khususnya di Kota Bandar Lampung ialah sosial, inovasi layanan, kepercayaan, dan hambatan komunikasi. Faktor pertama yang mempengaruhi persepsi manfaat *e-Wallet* adalah sosial. Kotler & Philip (2018) mendefinisikan bahwa faktor sosial mampu mempengaruhi pembelian diantaranya adalah kelompok referensi. Kelompok referensi yang memiliki pengaruh akibat melakukan tatap muka secara langsung dan tak langsung terhadap perilaku dan sikap orang lain disebut *reference group* (Kotler & Philip, 2018). Fenomena yang terjadi saat ini adalah sudah banyak UMKM yang menerapkan pembayaran *via e-Wallet* hal ini membuat semakin mudah transaksi jual beli antara konsumen dan penjual khususnya bagi konsumen yang ingin membayar *non* tunai dan penjual yang sudah menyiapkan fasilitas untuk konsumen yang ingin membayar *via non* tunai (Prasurvey, 2024). Akan tetapi masih ada UMKM yang belum menggunakan *e-Wallet* dalam usahanya dikarenakan pelaku usaha UMKM merasa menggunakan *e-Wallet* dapat dikenakan pajak biaya administrasi sedangkan dengan uang *cash* tidak dapat dikenakan pajak biaya administrasi (Prasurvey, 2024). Berdasarkan hal tersebut, untuk mengetahui jumlah pengguna *e-Wallet* pada UMKM yang berada dibawah naungan APINDO Bandar Lampung, maka diperoleh data pra riset yang dapat dilihat pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Persentase Pengguna *e-Wallet*
Sumber : Data Diolah Tahun 2024

Berdasarkan hasil gambar diatas dapat disimpulkan UMKM yang berada dibawah naungan APINDO Bandar Lampung rata-rata memakai *e-Wallet* dalam transaksi pembayaran. Faktor kedua adalah Inovasi Layanan. Inovasi layanan adalah perubahan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran dengan mempercepat sistem kerja pelayanan perusahaan melalui berbagai kombinasi baru dari faktor-faktor pelayanan yang ada (Laemonta et.al, 2016). Inovasi layanan dalam penelitian ini diukur dengan penggunaan teknologi seperti media sosial instagram dan facebook, interaksi dengan pelanggan, pengembangan layanan baru dan sistem pengiriman layanan (Laemonta et.al, 2016). Kenyataan saat ini ialah banyak pelaku UMKM berlomba-lomba melakukan inovasi layanan selain untuk memenangkan usahanya agar banyak konsumen yang tertarik untuk membeli akan tetapi dengan melakukan inovasi layanan pada UMKM ini pun sangat membantu sekali di era jaman teknologi yang serba canggih ini dimana dengan memanfaatkan teknologi pelaku UMKM bisa melakukan jual beli *via online* bisa berinteraksi dengan pelanggan

melakukan layanan baru seperti bisa *delivery* bekerja sama dengan Go-Food, Grab Food, Shopee Food dalam memudahkan transaksi jual beli dengan konsumen (Prasurvey, 2024). Faktor ketiga dalam mempengaruhi persepsi manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM adalah Kepercayaan. Menurut Latifah et al., (2022) kepercayaan adalah sebagai suatu kegiatan peluang yang mencangkup kesepakatan moneter yang menghasilkan resiko yang lebih rendah terhadap keputusan penggunaan barang ataupun jasa. Kusumawati et al., (2020) berpendapat bahwa kepercayaan adalah kecenderungan konsumen untuk menerima dan melakukan transaksi *online* berdasarkan pada harapan positif untuk perilaku belanja di masa depan (Kusumawati et al., 2020).

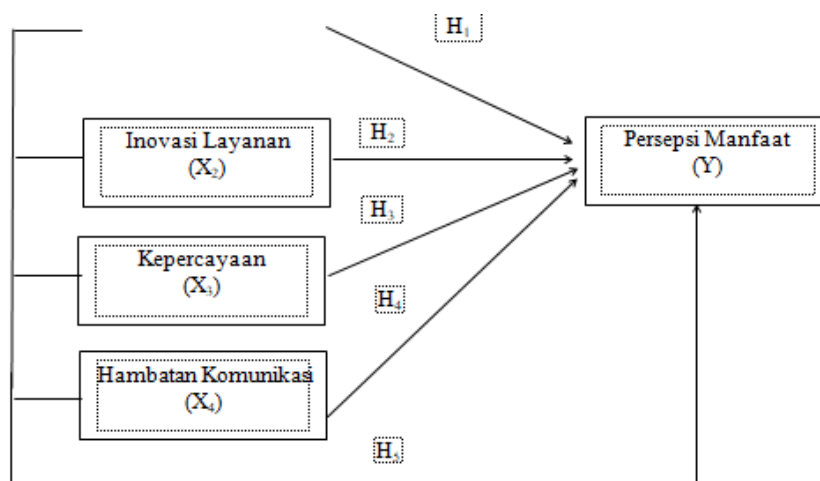
Faktor kepercayaan merupakan faktor yang paling penting dalam transaksi jual beli *online* (Kore et al., 2018). Resiko yang lebih rendah terhadap keputusan penggunaan barang ataupun jasa. Kepercayaan memiliki pengaruh jangka panjang dibenak para konsumen dengan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan memenuhi harapan, memenuhi kebutuhan pelanggan dan membangun asosiasi jangka panjang (Rodiah & Melati, 2020). Persepsi kepercayaan mengacu pada keadaan emosional yang menyebabkan seseorang mempercayai orang lain, yang didasarkan pada perilaku memuaskan orang lain, *e-Wallet* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan (Cabanillas et al, 2020). Hasil Penelitian Latief et al. (2021), Kepercayaan terhadap penyedia *e-Wallet* memenuhi semua kewajibannya dengan baik kepada penggunaannya seperti yang diharapkan, *e-Wallet* berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan (Acelian et al, 2021). Penggunaan sangat pengaruh akan kepercayaan dalam transaksi *non* tunai di aplikasi shopee, berpengaruh positif *e-Wallet* terhadap kepercayaan (Afandi et al, 2021). Peristiwa yang terjadi saat ini banyak UMKM di Kota Bandar Lampung memiliki rasa kepercayaan dalam menggunakan *e-Wallet* dalam transaksi jual beli. Hal ini akan sangat membuat pekerjaan semakin efisien dan efektif dengan adanya *e-Wallet* kebanyakan UMKM tidak perlu lagi menyiapkan uang kembalian jika ada yang membeli karena konsumen akan membayar sesuai dengan harga dan langsung akan masuk ke rekening pemilik UMKM (Prasurvey, 2024). Faktor yang terakhir ialah hambatan komunikasi. Hambatan komunikasi sering kali menjadi dinding terjadinya komunikasi yang efisien, dalam artian kata gangguan pada komunikasi ini merupakan segala hal yang bisa memperlambat jalannya kegiatan. Komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan tidak selalu berjalan secara efektif, sama halnya dengan komunikasi organisasi yang seringkali terdapat hambatan. Komunikasi yang terjadi dalam organisasi atau lembaga pastinya tidak terlepas dari gangguan dan hambatan, gangguan dan hambatan inilah yang kemudian dapat mengganggu proses jalannya kegiatan dan menimbulkan *noise*. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila pesan mengalami sedikit gangguan (Ananda & Sarwoprasodjo, 2017). Hambatan komunikasi yang terjadi di Bandar Lampung sebelumnya teknologi tidak semaju pada teknologi masa sekarang dan masih banyak UMKM yang hanya mengandalkan penjualan *offline* ketimbang *online*.

Berdasarkan fakta saat ini adalah tentu dengan berkembangnya teknologi tidak luput atau terlepas dari hambatan yang terjadi baik dari hambatan komunikasi dan hambatan yang lain. Hambatan yang sering terjadi pada UMKM ialah masalah sinyal *Handphone* (HP) jika sinyal yang dimiliki jelek maka akan mengganggu proses jual beli yang membuat komunikasi tidak berjalan dengan baik dan sering terjadi *buffering* dalam transaksi pembayaran *e-Wallet*. Selain sinyal, hambatan komunikasi dalam penggunaan *e-Wallet* ialah penipuan yang terjadi oleh konsumen dengan memalsukan transaksi pembayaran kepada UMKM. Hal ini tentu akan membuat UMKM rugi jika

UMKM tidak teliti dan tidak paham dengan transaksi *via e-Wallet* (Prasurvey, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel independen dan dependen. Pendekatan ini digunakan karena penelitian ingin mengetahui sejauh mana pengaruh sosial, inovasi layanan, kepercayaan, dan hambatan komunikasi memengaruhi persepsi manfaat e-Wallet di kalangan pelaku UMKM yang tergabung dalam APINDO Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang berada di bawah naungan APINDO Lampung yang berjumlah 42 unit usaha. Karena jumlah populasi relatif kecil, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh (census sampling), yaitu semua anggota populasi dijadikan sampel penelitian, sehingga jumlah sampel penelitian juga sebanyak 42 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi dan studi literatur terkait e-Wallet, UMKM, dan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi manfaat teknologi digital. Instrumen penelitian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keandalan dan ketepatan alat ukur. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis data menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25.0. Analisis yang digunakan mencakup beberapa tahap, yaitu uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas) untuk memastikan model regresi memenuhi syarat statistik.



Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian

Selanjutnya, untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linier berganda guna mengetahui besarnya pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial (uji t) maupun simultan (uji F). Selain itu, dilakukan uji koefisien determinasi (Adjusted R-Square) untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap persepsi manfaat e-Wallet. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa seluruh variabel independen—yaitu pengaruh sosial, inovasi layanan, kepercayaan, dan hambatan komunikasi—memiliki pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap persepsi manfaat e-Wallet di kalangan UMKM APINDO Lampung. Dengan demikian, metode penelitian ini secara komprehensif

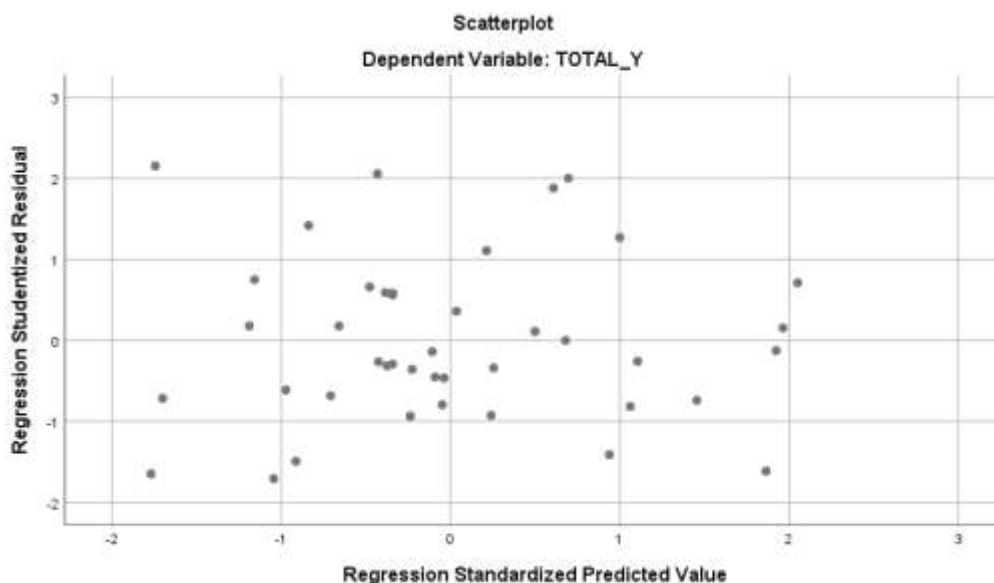
digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel dan menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.39152826
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.060
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov yang telah dilakukan diperoleh hasil seperti pada tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ yang artinya nilai residual berdistribusi normal.



Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas
 Sumber : SPSS & Data Diolah Tahun 2024

Dari gambar 3 diatas, grafik tersebut dapat terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dipola, angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.

Tabel 2.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	27.644	13.392		2.064	.000		
	Pengaruh Sosial	.185	.180	.199	2.472	.004	.963	1.038
	Inovasi Layanan	.285	.356	.232	3.800	.000	.750	1.333
	Kepercayaan	.197	.166	.181	2.185	.000	.872	1.147
	Hambatan Komunikasi	.481	.190	.435	2.534	.006	.691	1.446

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan seperti pada tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi nilai *tolerance* terhadap variabel pengaruh sosial (X_1) $0,963 > 0,1$ dan nilai VIF $1.038 < 10$, inovasi layanan (X_2) $0,750 > 0,1$ dan nilai VIF $1,333 < 10$, kepercayaan (X_3) $0,872 > 0,1$ dan nilai VIF $1,147 < 10$ dan hambatan komunikasi (X_4) $0,691 > 0,1$ dan nilai VIF $1,446 < 10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosial, inovasi layanan, kepercayaan dan hambatan komunikasi tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 3.
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.644	13.392		2.064	.000
	Pengaruh Sosial	.185	.180	.199	2.472	.004
	Inovasi Layanan	.285	.356	.232	3.800	.000
	Kepercayaan	.197	.166	.181	2.185	.000
	Hambatan Komunikasi	.481	.190	.435	2.534	.006

Berdasarkan hasil uji parsial pada tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa :

- 1) Variabel pengaruh sosial (X_1) memiliki nilai $t_{hitung} 2,472 > t_{tabel} 2,026$ serta nilai signifikansi $0,004 < 0,05$, artinya variabel pengaruh sosial berpengaruh secara parsial terhadap persepsi manfaat. Sehingga H_1 yang menyatakan terdapat Eksplorasi Pengaruh Sosial secara parsial terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung diterima;
- 2) Variabel inovasi layanan (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} 3,800 > t_{tabel} 2,026$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel inovasi layanan berpengaruh secara parsial terhadap persepsi manfaat. Sehingga H_2 yang menyatakan terdapat Pengaruh Inovasi Layanan secara parsial terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung diterima;

- 3) Variabel kepercayaan (X_3) memiliki nilai $t_{hitung} 2,185 > t_{tabel} 2,026$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap persepsi manfaat. Sehingga H_3 yang menyatakan terdapat Pengaruh Kepercayaan secara parsial terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung diterima;
- 4) Variabel hambatan komunikasi (X_4) memiliki nilai $t_{hitung} 2,534 > t_{tabel} 2,026$ serta nilai signifikansi $0,006 < 0,05$, artinya variabel hambatan komunikasi berpengaruh secara parsial terhadap persepsi manfaat. Sehingga H_4 yang menyatakan terdapat Pengaruh Hambatan Komunikasi secara parsial terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung diterima.

Tabel 4.
Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153.375	4	38.344	51.184	.000 ^b
	Residual	471.601	37	12.746		
	Total	624.976	41			

Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel 4.4 menunjukkan nilai $f_{hitung} 51,184 > f_{tabel} 2,62$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosial (X_1), inovasi layanan (X_2), kepercayaan (X_3) dan hambatan komunikasi (X_4) berpengaruh secara simultan atau secara bersama-sama yang signifikan terhadap variabel persepsi manfaat (Y). Sehingga H_5 yang menyatakan terdapat Eksplorasi Pengaruh Sosial, Inovasi Layanan, Kepercayaan dan Hambatan Komunikasi secara simultan terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung diterima.

Tabel 5.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 ^a	.675	.624	1.26205

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R-Square*) pada tabel 4.5 diperoleh nilai sebesar 0,624 atau 62,4 % yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel pengaruh sosial (X_1), inovasi layanan (X_2), kepercayaan (X_3) dan hambatan komunikasi (X_4) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap persepsi manfaat sebesar 62,4 %. Sedangkan sisanya ($100 \% - 62,4 \% = 37,6 \%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel lain yang tidak diteliti.

Pengaruh Sosial terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung

Hasil perhitungan uji parsial (uji T) variabel pengaruh sosial berpengaruh secara parsial terhadap persepsi manfaat. Penelitian ini menunjukkan banyak para pengguna sistem *e-Wallet* yang mulai menggunakan sistem ini karena adanya pengaruh dari

sekitar, seperti keluarga, teman, atau kolega. Rekomendasi dari orang-orang terdekat memberikan kepercayaan dan keyakinan yang sangat kuat untuk mengambil keputusan. Selain itu, individu juga akan cenderung mengikuti apa yang dilakukan oleh suatu kelompok masyarakat di sekitarnya. Hal ini mendorong seseorang untuk menggunakan sistem *e-Wallet*. Dengan adanya *e-Wallet* membuat para pelaku UMKM sangat dipermudah dalam menjalankan transaksi jual beli. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil Wardhana (2019) dengan hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kegunaan, pengaruh sosial, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-commerce*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Aditya & Mahyuni (2022) menyatakan hasil penelitian bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap *e-filling*.

Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung

Hasil perhitungan uji parsial (uji T) variabel inovasi layanan berpengaruh secara parsial terhadap persepsi manfaat. Inovasi layanan adalah perubahan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran dengan mempercepat sistem kerja layanan yang ada (Yordan et al., 2017). Hal ini berarti semakin pelaku usaha memperhatikan inovasi layanan dan melakukan evaluasi dengan testimoni konsumen maka akan meningkatkan keberhasilan bisnis UMKM yang dijalankan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Hasna (2021) yang menghasilkan variabel inovasi layanan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Semakin baik inovasi layanan yang diberikan ke konsumen maka akan meningkatkan kinerja UMKM. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Yordan Antanegoro et al., (2017) bahwa inovasi layanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah BRImo.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung

Hasil perhitungan uji parsial (uji T) variabel kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap persepsi manfaat. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kepercayaan dan variabel Persepsi manfaat adalah kuat, dikarenakan para pelaku usaha UMKM merasa puas menggunakan *e-Wallet* karena pelayanan yang diberikan sangat baik, mahasiswa merasa *e-Wallet* memberikan jaminan keamanan dan dapat menjaga kerahasiaan data pengguna. Sebaliknya apabila para pelaku usaha UMKM tidak percaya dalam menggunakan *e-Wallet* maka minat untuk menggunakan *e-Wallet* juga akan menurun. Hasil penelitian ini sejalan dengan Gustiana & Agustina (2023) Simpulan secara parsial dan secara simultan kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi dana pada mahasiswa Program Studi Akuntansi STIE Nasional Banjarmasin. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Rodiah (2020) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Pengaruh Hambatan Komunikasi terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung

Hasil perhitungan uji parsial (uji T) variabel hambatan komunikasi berpengaruh secara parsial terhadap persepsi manfaat. Hambatan terbesar dalam penggunaan *e-Wallet* adalah masalah sinyal yang buruk, *error*, atau kesalahan sistem, dengan persentase 46,9% dan 15 pengguna. Namun, sebagian UMKM (21,9%) tidak

mengalami kendala signifikan dalam penggunaan *e-Wallet*. Masalah sinyal dan *error* sistem menjadi kendala utama yang perlu diperbaiki agar aktivitas jual-beli dapat berjalan lancar. Hasil penelitian ini sejalan dengan Nasih (2024) yang menyatakan persepsi hambatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Ananda & Sarwoprasodjo (2017) hasil penelitian menyatakan bahwa hambatan komunikasi tidak berpengaruh terhadap antar budaya.

Pengaruh Sosial, Inovasi Layanan, Kepercayaan, dan Hambatan Komunikasi terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung

Hasil uji simultan (uji F) variabel pengaruh sosial, inovasi layanan, kepercayaan dan hambatan komunikasi berpengaruh secara simultan terhadap persepsi manfaat.

Hal ini menyatakan bahwa pelaku usaha UMKM memiliki pengaruh sosial yang kuat untuk menggunakan *e-Wallet*, pelaku usaha UMKM merasa perlu menggunakan *e-Wallet* sebagai salah satu bentuk inovasi layanan yang diberikan kepada konsumen, para pelaku usaha UMKM memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap persepsi manfaat *e-Wallet*, dan para pelaku UMKM merasa hambatan komunikasi yang ada dalam menggunakan *e-Wallet* masih bisa diatasi dan masih berjalan lancar dalam bertransaksi.

KESIMPULAN

Bahwa berpengaruh secara parsial terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung, Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung, Hambatan Komunikasi berpengaruh secara parsial terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung, Pengaruh Sosial, Inovasi Layanan, Kepercayaan, dan Hambatan Komunikasi berpengaruh secara simultan terhadap Persepsi Manfaat *e-Wallet* di Kalangan UMKM APINDO Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Acelian, R. M., & Basri, H. A. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, Kepercayaan dan Efisiensi terhadap Minat E-Wallet saat Covid-19. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6, 1436–1441.
- Acosta, A. S., dkk. (2018). Effect of market orientation, network capability and entrepreneurial orientation on international performance of small and medium enterprises (SMEs). *International Business Review*, 27(6), 1128–1140. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.004>
- Afandi, A., dkk. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan E-Wallet dengan Sikap sebagai Variabel Intervening. *Journal of Social Science Research*, 1(2), 568–577.
- Ananda, L. D., & Sarwoprasodjo, S. (2017). Pengaruh Hambatan Komunikasi Antarbudaya Suku Sunda dengan Non-Sunda terhadap Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 15(2), 144–160. <https://doi.org/10.46937/15201723614>
- Bank Indonesia. (2019a). Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah. Diakses 20 Februari 2024, dari <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2019b). Statistik Sistem Pembayaran. Diakses 20 Februari 2024, dari

- <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uangelektronik-jumlah.aspx>
- Gustiana, R., & Agustina, R. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi DANA pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi STIE Nasional Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 72–89.
- Hasna, N. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Proses, dan Inovasi Layanan terhadap Kinerja UMKM. *Journal Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 17(1), 713–719.
- Hinati, H. (2019). Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta (Skripsi). UIN Jakarta.
- Kore, E. L. R., dkk. (2018). The Influence of Promotion, Trust, and Convenience to Online Purchase Decisions. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(10), 77–83.
- Kotler, P., & Philip, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1)*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kusumaningtyas, F., & Budiantara, M. (2023). Pengaruh Penggunaan QRIS sebagai Metode Pembayaran terhadap Pengembangan UMKM di Kabupaten Sleman Sejak Pandemi COVID-19. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(3), 1603–1616. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i3.236>
- Kusumawati, I., dkk. (2020). Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 19–29. <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2315>
- Laemonta, dkk. (2016). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Terang Bulan – Martabak 93. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(2).
- Latief, F., dkk. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 157–166.
- Latifah, H. A., dkk. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan, Promosi, dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet di Kota Madiun (Studi Kasus). *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 1(1), 1–14.
- Paul, J., dkk. (2017). Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. *Journal of World Business*. DOI: 10.1016/j.jwb.2017.01.003
- Purba, dkk. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. XII(1). (Detail jurnal harus dilengkapi)
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7, 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>
- Steven, J., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Wallet dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah*

- Manajemen Kesatuan, 11(2), 267-278.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1997>
- Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 66-72.
<https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.481>
- Wardhana, O. H. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Widowati, N., & Khusaeni, M. (2022). Adopsi Pembayaran Digital QRIS pada UMKM Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 1(2), 325-347. <http://dx.doi.org/10.21776/jdess>
- Yordan Antanegoro, dkk. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Trisatya*, 1(2), 167-178.