

ANALISIS PENERIMAAN MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN OVO DENGAN PENDEKATAN MODEL TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Dony Martinus Sihotang¹, Inggi Rosina Nomleni², Fransiska Odo³,
Grace Intan Bithauni Seran⁴

¹Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Sains dan Teknik, Universitas Nusa Cendana
Email: dmsihotang@staf.undana.ac.id

²Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Sains dan Teknik, Universitas Nusa Cendana
Email: fransiskaodo@gmail.com

³Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Sains dan Teknik, Universitas Nusa Cendana
Email: graceintan439@gmail.com

³Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Sains dan Teknik, Universitas Nusa Cendana
Email: ingginomleni@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi keuangan digital mendorong meningkatnya pemanfaatan dompet digital sebagai sarana pembayaran non-tunai di masyarakat. Salah satu layanan dompet digital yang mengalami perkembangan pesat di Indonesia adalah OVO, termasuk di wilayah Kota Kupang. Meskipun menyediakan berbagai kemudahan, tingkat penerimaan masyarakat terhadap penggunaan OVO masih dipengaruhi oleh faktor psikologis serta persepsi pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan masyarakat terhadap penggunaan OVO dengan menerapkan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan melalui penambahan variabel *Trust* dan *Perceived Risk*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 130 responden pengguna OVO di Kota Kupang. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*, yang mengindikasikan bahwa sikap pengguna menjadi faktor utama dalam membentuk niat penggunaan OVO. *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dan *Attitude Toward Using*, sementara *Perceived Usefulness* juga berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna. Selain itu, *Perceived Risk* terbukti berpengaruh negatif signifikan terhadap *Trust*, sedangkan *Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*. Nilai koefisien determinasi (*R-square*) menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan varians konstruk endogen, khususnya niat penggunaan OVO. Temuan ini menegaskan pentingnya aspek kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, keamanan sistem, serta kepercayaan pengguna dalam meningkatkan penerimaan layanan dompet digital.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model*, dompet digital, OVO, *trust*, *perceived risk*

ABSTRACT

The rapid development of digital financial technology has led to an increasing use of digital wallets as non-cash payment instruments in society. One of the digital wallet services that has grown significantly in Indonesia is OVO, including in Kupang City. Despite the various conveniences offered, public acceptance of OVO usage is still influenced by psychological factors and user perceptions. This study aims to analyze public acceptance of OVO by applying the *Technology Acceptance Model (TAM)*, which is extended by incorporating the variables of *Trust* and *Perceived Risk*. A quantitative approach was employed using a survey method involving 130 OVO users in Kupang City. The collected data were analyzed using *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* with the assistance of *SmartPLS* software. The results indicate that *Attitude Toward Using* has a positive and significant effect on *Behavioral Intention*, suggesting that users' attitudes play a crucial role in shaping their intention to use OVO. *Perceived Ease of Use* significantly influences both *Perceived Usefulness* and *Attitude Toward Using*, while *Perceived Usefulness* also has a significant effect on users' attitudes. Furthermore, *Perceived Risk* has a significant negative effect on *Trust*, whereas *Trust* positively and significantly influences *Perceived Usefulness*. The *R-square* values demonstrate that the proposed model has a strong explanatory power in explaining the variance of endogenous constructs, particularly behavioral intention to use OVO. These findings emphasize

the importance of usability, perceived benefits, system security, and user trust in enhancing public acceptance of digital wallet services.

Keywords: Technology Acceptance Model, digital wallet, OVO, trust, perceived risk

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam sistem transaksi keuangan melalui penerapan pembayaran digital yang lebih efisien dan praktis, sehingga mempercepat peralihan dari transaksi tunai ke non-tunai[1],[2]. Perubahan ini turut memengaruhi perilaku masyarakat dalam melakukan aktivitas keuangan sehari-hari.

Salah satu layanan pembayaran digital yang banyak digunakan di Indonesia adalah dompet digital OVO, yang berperan dalam mendukung transaksi non-tunai melalui berbagai fitur pembayaran dalam satu aplikasi[3]. Tingginya penggunaan OVO menunjukkan adanya kecenderungan masyarakat untuk beralih ke transaksi digital yang dianggap lebih praktis dan relevan dengan perkembangan teknologi[4].

Namun, penerimaan dompet digital belum merata. Sebagian masyarakat masih menghadapi hambatan berupa kebiasaan menggunakan uang tunai, keterbatasan literasi teknologi, serta kekhawatiran terhadap keamanan dan risiko transaksi digital, seperti penipuan dan kebocoran data[5]. Kondisi ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi pembayaran digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan layanan, tetapi juga oleh persepsi dan sikap pengguna.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, serta sikap pengguna terhadap teknologi, khususnya dalam konteks layanan keuangan digital[6]. Namun, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan di wilayah dengan tingkat literasi digital tinggi, sehingga konteks daerah dengan karakteristik berbeda, seperti Indonesia bagian timur, masih memerlukan kajian lebih lanjut[7].

Technology Acceptance Model (TAM) digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi melalui *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* yang memengaruhi sikap dan niat perilaku pengguna[8]. Dalam konteks dompet digital, faktor eksternal seperti *trust* dan *perceived risk* juga perlu dipertimbangkan karena berkaitan langsung dengan keamanan dan kepercayaan pengguna.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengadaptasi model TAM dengan menambahkan variabel *Trust* dan *Perceived Risk* untuk menganalisis penerimaan masyarakat terhadap penggunaan OVO di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Electronic Wallet (E-Wallet)

E-Wallet atau dompet digital merupakan layanan berbasis aplikasi yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran non-tunai melalui akun elektronik tanpa menggunakan kartu fisik. Pemanfaatan dompet digital semakin meningkat seiring meluasnya penggunaan perangkat mobile, khususnya smartphone, sebagai media utama transaksi keuangan masyarakat[9].

Join The Revolution In Payment, Point and Priority (OVO)

OVO merupakan layanan dompet digital yang diperkenalkan pada tahun 2017 oleh PT Visionet Internasional di bawah Grup Lippo dengan konsep *Join The Revolution in Payment, Point, and Priority*. OVO menyediakan berbagai layanan transaksi non-tunai melalui smartphone, seperti pembayaran di merchant offline maupun online, serta pengelolaan saldo elektronik dan sistem poin (OVO Points). Aplikasi ini tersedia untuk perangkat Android dan iOS serta mendukung pengisian saldo melalui berbagai bank dan mitra ritel, sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi sehari-hari[10].

Technology Acceptance Model (TAM)

Penerimaan konsumen terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan, kenyamanan, kebutuhan pengguna, dan aspek keamanan. *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan penerimaan teknologi melalui dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU), yang merepresentasikan keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan[8]. *Perceived usefulness* menunjukkan sejauh mana teknologi mampu meningkatkan efektivitas aktivitas pengguna, sedangkan *perceived ease of use* menggambarkan tingkat kemudahan sistem dalam dioperasikan tanpa usaha yang berat. Dalam konteks penggunaan OVO

sebagai dompet digital, kedua faktor tersebut berperan penting dalam membentuk sikap positif pengguna dan mendorong minat masyarakat untuk menerima serta menggunakan layanan pembayaran digital secara berkelanjutan sesuai dengan prinsip dasar TAM[8].

Perceived Ease of Use (PEOU)

Perceived Ease of Use (PEOU) atau kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan bahwa suatu teknologi dapat dioperasikan tanpa memerlukan usaha yang berat, baik secara fisik maupun mental. Dalam konteks penggunaan OVO, PEOU mencakup kemudahan dalam menavigasi aplikasi, melakukan *top-up* saldo, menyelesaikan pembayaran, serta memanfaatkan fitur lain yang tersedia. Penelitian mengenai penggunaan dompet digital menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif terhadap tingkat penerimaan dan penggunaan *e-wallet* oleh pengguna[11]

Perceived Usefulness

Perceived Usefulness (PU) atau manfaat yang dirasakan dipahami sebagai keyakinan individu bahwa suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas serta kualitas kegiatan yang mereka lakukan. Dalam penelitian ini, PU digunakan untuk menilai sejauh mana masyarakat menilai bahwa penggunaan OVO sebagai dompet digital benar-benar memberikan kemudahan serta nilai tambah dalam melakukan transaksi. Berbagai temuan penelitian menunjukkan bahwa PU memiliki pengaruh penting terhadap minat seseorang dalam menggunakan layanan *e-wallet*[12].

Attitude toward using

Attitude Toward Using (ATU) merefleksikan sikap pengguna terhadap penggunaan dompet digital yang terbentuk dari persepsi manfaat dan kemudahan teknologi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh langsung terhadap sikap pengguna serta meningkatkan minat penggunaan layanan *mobile wallet*[13]. ATU berperan sebagai variabel penghubung antara manfaat dan kemudahan dengan niat penggunaan, sehingga sikap positif berkontribusi terhadap peningkatan penerimaan dan adopsi dompet digital di masyarakat[14].

Behavioral Intention (BI)

Behavioral Intention (BI) merupakan niat pengguna untuk menggunakan teknologi secara berkelanjutan yang dipengaruhi oleh sikap, persepsi kemudahan, dan manfaat teknologi, serta faktor eksternal seperti kepercayaan dan persepsi risiko yang dapat memperkuat atau melemahkan niat penggunaan[15].

Trust (TR)

Trust (TR) merupakan keyakinan pengguna terhadap keamanan, integritas, dan keandalan layanan OVO dalam melindungi data serta transaksi keuangan. Tingkat kepercayaan yang tinggi mendorong rasa aman dan keberlanjutan penggunaan, sedangkan rendahnya trust dapat menimbulkan keraguan terhadap teknologi. Oleh karena itu, keamanan dan transparansi layanan menjadi faktor penting dalam menjaga dan meningkatkan kepercayaan pengguna[15].

Perceived Risk (PR)

Perceived Risk (PR) merupakan kekhawatiran pengguna terhadap potensi kerugian dalam penggunaan layanan digital, seperti risiko keamanan data dan kegagalan transaksi. Tingginya persepsi risiko dapat menurunkan minat dan kepercayaan pengguna, sehingga menghambat penerimaan dan penggunaan *e-wallet* secara aktif. Oleh karena itu, pengelolaan risiko melalui sistem keamanan yang memadai dan edukasi pengguna menjadi faktor penting dalam meningkatkan penerimaan layanan dompet digital[15].

3. MODEL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penelitian ini menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan minat penggunaan layanan dompet digital OVO. Model TAM dalam penelitian ini dikembangkan dengan menambahkan variabel eksternal berupa *Trust* dan *Perceived Risk* guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku pengguna dalam konteks layanan keuangan digital.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Perceived Usefulness (PU)*, *Attitude Toward Using (ATU)*, *Behavioral Intention to Use (BI)*, *Trust (TR)*, dan *Perceived Risk (PR)*. Berdasarkan model konseptual penelitian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1: Trust berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU)

Kepercayaan (*trust*) merupakan keyakinan pengguna bahwa layanan dompet digital aman, dapat diandalkan, serta mampu melindungi data dan transaksi keuangan. Dalam penggunaan OVO, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna, semakin besar persepsi bahwa aplikasi tersebut memberikan manfaat nyata dan mendukung kelancaran transaksi digital[16]. Oleh karena itu, *trust* diperkirakan meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi.

Hipotesis 2: *Perceived Risk* berpengaruh negatif terhadap *Trust* (TR)

Perceived Risk mencerminkan persepsi pengguna terhadap potensi kerugian dalam penggunaan layanan digital, seperti risiko keamanan data dan kegagalan transaksi, yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan pengguna. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi risiko, semakin rendah tingkat *trust* terhadap penggunaan OVO[17].

Hipotesis 3: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU)

Perceived Ease of Use mencerminkan kemudahan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi. Dalam konteks OVO, kemudahan penggunaan memungkinkan pengguna merasakan manfaat aplikasi secara lebih optimal[18]. Oleh karena itu, sistem yang mudah digunakan cenderung dinilai lebih bermanfaat.

Hipotesis 4: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU)

Kemudahan penggunaan membentuk sikap pengguna terhadap teknologi. Aplikasi yang mudah dipahami akan menciptakan pengalaman penggunaan yang positif, sehingga membentuk sikap yang lebih baik terhadap penggunaan OVO[19].

Hipotesis 5: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU)

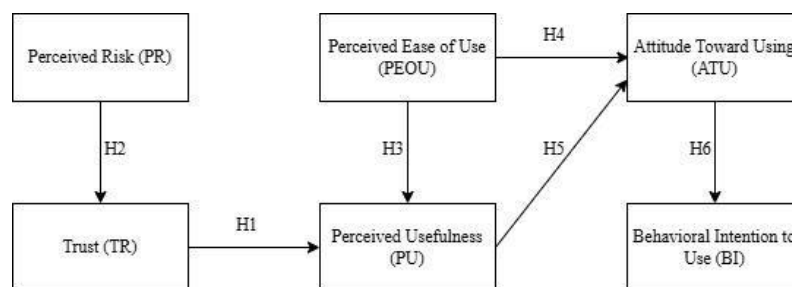
Perceived Usefulness menggambarkan keyakinan bahwa penggunaan OVO mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi aktivitas transaksi[19]. Persepsi manfaat yang tinggi akan membentuk sikap positif pengguna terhadap penggunaan aplikasi dompet digital.

Hipotesis 6: *Attitude Toward Using* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* (BI)

Attitude Toward Using mencerminkan sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi. Sikap yang positif terhadap penggunaan OVO akan meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut dalam aktivitas transaksi digital di masa mendatang[19].

Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan pengembangan hipotesis di atas, model konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan antara *Perceived Risk* terhadap *Trust*, *Trust* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*, serta pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use*.



Gambar 1. Model Konseptual Penelitian

4. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap masyarakat di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur, untuk menganalisis penerimaan penggunaan dompet digital OVO. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarikan selama 14 hari (10–23 November 2025), dengan 130 respons dinyatakan valid setelah proses validasi dari total 143 respons. Instrumen penelitian

disusun berdasarkan indikator *Technology Acceptance Model* (TAM) dan disesuaikan dengan konteks penggunaan dompet digital.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	58	44.62
	Perempuan	72	55.38
Usia	<18 tahun	11	8.46
	18–25 tahun	82	63.08
	26–35 tahun	25	19.23
	>35 tahun	12	9.23
Pendidikan	SMA/Sederajat	74	56.92
	Diploma	13	10
	Sarjana	41	31.54
	Pascasarjana	2	1.54
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	70	53.85
	Pegawai	20	15.38
	Wirausaha	20	15.38
	Guru	8	6.15
	Belum bekerja	4	3.08
	Lainnya	8	6.15
Lama Penggunaan OVO	< 6 bulan	56	43.08
	6 bln–1 tahun	36	27.69
	1–2 tahun	21	16.15
	> 2 tahun	17	13.08
Total		130	100

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebesar 55,38%, sementara laki-laki sebesar 44,62%. Berdasarkan usia, kelompok 18–25 tahun merupakan yang terbanyak dengan persentase 63,08%, menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari kalangan usia muda. Dari sisi pendidikan, responden dengan latar belakang SMA/ sederajat mendominasi sebesar 56,92%, diikuti oleh lulusan sarjana dan diploma. Berdasarkan pekerjaan, pelajar/mahasiswa menjadi kelompok terbesar (53,85%), sedangkan kategori lainnya meliputi pegawai, wirausaha, guru, dan responden yang belum bekerja. Ditinjau dari pengalaman penggunaan OVO, sebagian besar responden telah menggunakan aplikasi kurang dari 6 bulan (43,08%), diikuti oleh pengguna dengan durasi 6 bulan hingga 1 tahun. Secara umum, karakteristik responden menunjukkan dominasi pengguna muda dengan pengalaman penggunaan OVO yang relatif baru.

Pengukuran

Penelitian ini menggunakan enam variabel utama, yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), *Attitude Toward Using* (ATU), *Behavioral Intention to Use* (BI), *Trust*, dan *Perceived Risk*. Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju) dan indikator yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya berbasis model TAM. Instrumen penelitian disesuaikan dengan konteks pengguna dompet digital di Kota Kupang dan digunakan sebagai dasar pengukuran persepsi, sikap, serta niat penggunaan.

Analisis Data

Data penelitian dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Analisis dilakukan melalui dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Pada evaluasi model pengukuran, reliabilitas indikator dinilai melalui nilai *outer loading*, sedangkan reliabilitas konstruk dievaluasi menggunakan Cronbach's alpha dan *composite reliability*. Validitas konvergen diuji melalui nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, sementara validitas diskriminan dinilai menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*.

Evaluasi model struktural dilakukan dengan menganalisis koefisien jalur (*path coefficients*) antar konstruk *Perceived Risk (PR)*, *Trust (TR)*, *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Perceived Usefulness (PU)*, *Attitude Toward Using (ATU)*, dan *Behavioral Intention to Use (BI)*. Signifikansi hubungan diuji menggunakan prosedur *bootstrapping* berdasarkan nilai *t-statistic* dan *p-value*. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan varians konstruk endogen, yaitu *Trust*, *Perceived Usefulness*, *Attitude Toward Using*, dan *Behavioral Intention to Use*. Hasil analisis ini disajikan pada bagian Hasil dan Pembahasan.

5. HASIL PENELITIAN

Model Pengukuran (*Measurement Model*)

Model pengukuran dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas. Reliabilitas konstruk dinilai menggunakan Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability (CR)*, sedangkan validitas konvergen dievaluasi melalui nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dan *factor loading* masing-masing indikator. Nilai AVE digunakan untuk menilai kemampuan konstruk dalam menjelaskan varians indikator, sementara *factor loading* menunjukkan kekuatan hubungan indikator dengan konstruk yang diukur. Indikator yang memenuhi kriteria dinyatakan layak digunakan dalam model pengukuran.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Konstruk / Indikator	α	CR	AVE	Faktor Loading
ATU: Attitude Toward Using Sumber: (Al-Adwan et al., 2023)	0.910	0.933	0.738	
1. Merasa senang menggunakan OVO				0.875
2. Memiliki pandangan positif terhadap OVO				0.837
3. Menggunakan OVO adalah keputusan yang tepat				0.916
4. Lebih memilih menggunakan OVO dibanding aplikasi lain.				0.773
5. Merasa nyaman bertransaksi menggunakan OVO				0.886
BI: Behavioral Intention Sumber: (Balerejo, 2025)	0.916	0.937	0.749	
1. Berniat terus menggunakan OVO di masa depan				0.870
2. Akan meningkatkan frekuensi penggunaan OVO				0.886
3. Akan merekomendasikan OVO kepada orang lain				0.898
4. Akan menggunakan OVO untuk berbagai jenis transaksi				0.847
5. Berniat menjadikan OVO sebagai alat pembayaran utama				0.825

PEOU: Perceived Ease of Use	0.883	0.914	0.682
Sumber: (Akgül, 2020)			
1. Aplikasi OVO mudah dipelajari oleh pengguna baru			0.888
2. Menu dan fitur OVO mudah dipahami			0.866
3. Proses transaksi di OVO dapat dilakukan dengan cepat			0.836
4. Penggunaan OVO tidak memerlukan banyak usaha			0.754
5. Jarang mengalami kesulitan dalam menggunakan OVO			0.777
PR: Perceived Risk	0.954	0.964	0.844
Sumber: (Bland et al., 2024)			
1. Khawatir data pribadi saya bisa disalahgunakan			0.911
2. Khawatir saldo OVO saya bisa hilang tanpa alasan jelas			0.927
3. Khawatir terjadi kesalahan transaksi saat menggunakan OVO			0.924
4. Merasa penggunaan OVO berisiko terhadap keamanan akun saya			0.918
5. Khawatir aplikasi OVO dapat mengalami gangguan atau error			0.914
PU: Perceived Usefulness	0.917	0.938	0.752
Sumber: (Moon et al., 2023)			
1. OVO membantu melakukan transaksi lebih cepat			0.886
2. OVO mempermudah pembayaran tanpa uang tunai			0.868
3. OVO membuat aktivitas keuangan lebih efisien			0.849
4. OVO membantu menghemat waktu dalam bertransaksi			0.890
5. OVO memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari			0.842
TR: Trust	0.935	0.951	0.794
Sumber: (Balerejo, 2025)			
1. Percaya bahwa data pribadi aman di OVO			0.898
2. Percaya sistem keamanan OVO dapat diandalkan			0.853
3. Yakin OVO menjaga kerahasiaan transaksi			0.913
4. Merasa OVO melindungi saldo dari penyalahgunaan			0.888
5. Yakin OVO merupakan platform pembayaran yang terpercaya			0.901

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang disajikan pada Tabel. 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas, seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model pengukuran telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan, sehingga analisis dapat dilanjutkan ke tahap evaluasi model struktural.

Tabel 3. Validitas Diskriminan

	ATU	BI	PEOU	PR	PU	TR
ATU	0.859					
BI	0.856	0.866				
PEOU	0.702	0.610	0.826			
PR	-0.604	-0.638	-0.636	0.919		
PU	0.716	0.646	0.650	-0.623	0.867	
TR	0.643	0.686	0.702	-0.967	0.697	0.891

Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria *Fornell–Larcker*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted (AVE)* pada setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan nilai korelasinya dengan konstruk lain. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki perbedaan yang jelas dan tidak saling tumpang tindih secara empiris, sehingga model pengukuran dinyatakan memenuhi validitas diskriminan dan layak digunakan untuk analisis model struktural.

Pengujian Model Struktural dan Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Jalur (Path Coefficients)

Hubungan Antar Variabel	Path Coefficient (β)	P-value	Keterangan
Attitude Toward Using $\rightarrow$ Behavioral Intention	0,856	0,000	Diterima
Perceived Ease of Use $\rightarrow$ Attitude Toward Using	0,410	0,000	Diterima
Perceived Ease of Use $\rightarrow$ Perceived Usefulness	0,317	0,000	Diterima
Perceived Risk $\rightarrow$ Trust	-0,967	0,000	Diterima
Perceived Usefulness $\rightarrow$ Attitude Toward Using	0,450	0,000	Diterima
Trust $\rightarrow$ Perceived Usefulness	0,474	0,000	Diterima

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, pengujian model struktural dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* pada SmartPLS untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh hubungan dalam model berpengaruh signifikan. *Attitude Toward Using* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*, sementara *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* dan *Perceived Usefulness*. Selain itu, *Perceived Usefulness* juga berpengaruh positif terhadap sikap pengguna. Pada variabel eksternal, *Perceived Risk* berpengaruh negatif terhadap *Trust*, sedangkan *Trust* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian dinyatakan diterima dan menjadi dasar pembahasan selanjutnya.

Tabel 5. Nilai koefisien determinasi (R^2) Konstruk Endogen

Variabel Endogen	R-Square
Attitude Toward Using (ATU)	0,610
Behavioral Intention (BI)	0,733

Perceived Usefulness (PU)	0,537
Trust (TR)	0,936

R-square menunjukkan kemampuan model dalam menjelaskan varians konstruk endogen. *Attitude Toward Using* memiliki nilai *R-square* sebesar 0,610, yang berarti sikap pengguna dijelaskan oleh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* pada tingkat moderat. *Behavioral Intention* memiliki nilai *R-square* sebesar 0,733, menunjukkan kemampuan penjelasan model yang kuat terhadap niat penggunaan. *Perceived Usefulness* memiliki nilai *R-square* sebesar 0,537, sedangkan *Trust* menunjukkan nilai *R-square* yang sangat tinggi sebesar 0,936, yang mengindikasikan peran dominan *Perceived Risk* dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap OVO.

Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan memasukkan variabel *Trust* dan *Perceived Risk* mampu menjelaskan penerimaan masyarakat terhadap penggunaan OVO. *Attitude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*, menegaskan peran sikap pengguna dalam membentuk niat penggunaan dompet digital. *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using* dan *Perceived Usefulness*, sedangkan *Perceived Usefulness* juga berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna, yang menunjukkan pentingnya manfaat dan kemudahan dalam mendorong penerimaan OVO. Pada variabel eksternal, *Perceived Risk* berpengaruh negatif terhadap *Trust*, sementara *Trust* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*. Nilai *R-square* menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan niat penggunaan OVO, sehingga memperkuat relevansi TAM yang dikembangkan dalam konteks layanan keuangan digital di Kota Kupang.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerimaan masyarakat terhadap penggunaan OVO dipengaruhi secara signifikan oleh sikap pengguna, kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, tingkat kepercayaan, serta persepsi risiko. *Attitude Toward Using* terbukti menjadi faktor utama dalam membentuk *Behavioral Intention*, sehingga sikap positif pengguna berperan penting dalam mendorong niat penggunaan OVO. Selain itu, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* turut berkontribusi dalam membentuk sikap positif terhadap layanan dompet digital ini, sementara *Trust* berperan dalam menurunkan tingkat kepercayaan pengguna secara signifikan dan menjadi salah satu hambatan dalam penerimaan OVO. Nilai *R-square* yang diperoleh menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi pada konstruk endogen, khususnya niat penggunaan OVO. Dengan demikian, model TAM yang dikembangkan dalam penelitian ini dinilai relevan dan efektif dalam menjelaskan penerimaan layanan dompet digital di Kota Kupang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi penyedia layanan untuk meningkatkan aspek kemudahan, manfaat, dan keamanan sistem guna mendorong adopsi dompet digital yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Wibowo, F. Mubarak, and S. U. Rahman, "Digital Payment on Financial Transactions Towards Economic Growth in South East Asia Emergent Countries," vol. 4, no. 1, pp. 28–43, 2025.
- [2] A. R. Hakim, "Eksistensi Transaksi Uang Digital Sebagai Alat Keuangan Modern Di Era Sekarang," no. 1, 2024.
- [3] A. R. Maulidah, R. P. Astuti, K. Nisa3, W. Erlangga, and E. Hambarwati, "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital : Pada Era Revolusi Industri," vol. 01, no. 04, pp. 798–803, 2024.
- [4] Z. P. Sari and N. Huda, "Analisis Peran Fintech dalam Mendorong Inovasi Keuangan Modern : Studi Kasus pada OVO di Indonesia pada Tahun 2024," 2024.
- [5] A. Puspitasari, "Transformasi Sektor Keuangan dan Pembayaran Digital di Indonesia," vol. 4, no. 2, pp. 145–154, 2025.

-
- [6] D. Tao, D. Ph, and S. Louis, "Understanding Intention to Use Electronic Information Resources : A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model (TAM)," no. Figure 2, pp. 717–721, 2008.
 - [7] Yuhefizar, R. Syaljumairi, E. Asri, Sarmiadi2, and R. Watrianthos, "Digital Transformation in Rural Governance : TAM Analysis of E-Government Adoption in Indonesia," vol. 6, no. January, pp. 183–195, 2025, doi: 10.47857/irjms.2025.v06i02.03916.
 - [8] F. D. Davis and F. Davis, "Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology," no. September 1989, 2015, doi: 10.2307/249008.
 - [9] M. I. M. S. MT and I. M. Sukresna1, "(Studi Pada Pengguna Dompot Digital (e-Wallet) OVO di Kota Semarang)," vol. 10, pp. 1–11, 2021.
 - [10] B. A. Nainggolan and D. Andrian, "ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) PADA INTENTION TO TRANSACT ONLINE (STUDI KASUS : E-WALLET OVO DI KOTA SURABAYA)," pp. 83–96.
 - [11] M. Fawaiq, "No Title," vol. 4, no. 1, pp. 75–85, 2023.
 - [12] M. A. Utama, D. Priharsari, and R. I. Rokhmawati, "Pengaruh Perceived Usefulness & Kepercayaan terhadap Intensitas Penggunaan Teknologi E-Wallet sebagai Alat Transaksi," vol. 6, no. 7, pp. 3362–3371, 2022.
 - [13] E. M. Sinurat and L. B. Sugiyanto, "PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS , PERCEIVED EASE OF USE DAN PROMOSI PENJUALAN MELALUI MEDIASI ATTITUDE TOWARD USING DAN PERCEIVED SECURITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE (STUDI EMPIRIS : PENGGUNA MOBILE WALLET DI JAKARTA) The Effect of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use and Sales Promotion through the Mediation of Attitude Toward Using and Perceived Security on Behavioral Intention to Use (Empirical Study : Mobile Wallet Users in Jakarta)," pp. 17–35, 2022.
 - [14] R. Al Sabaah, H. Welsa, and Nonik Kusuma Ningrum, "PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP INTENTION TO USE DENGAN ATTITUDE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING," vol. 9, pp. 457–470, 2025.
 - [15] A. L. Afriani and K. Hayati, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET," pp. 40–60.
 - [16] N. Nazirwan, N. M. Halim, and R. Fadhil, "PERAN TRUST , PERCEIVED USEFULNESS , PERCEIVED EASE OF USE , PERCEIVED E-SERVICE QUALITY , DAN PERCEIVED RISK TERHADAP BEHAVIOR INTENTION : SUATU PENELITIAN PADA KIOSK Tyme DIGITAL INFLUENCE OF TRUST , PERCEIVED USEFULNESS , PERCEIVED EASE OF USE , PERCEIVED E-SERVICE QUALITY , AND PERCEIVED RISK AGAINST BEHAVIOR INTENTION," vol. 8, no. 7, pp. 235–245, 2020.
 - [17] A. H. Purwantini and F. Anisa, "FINTECH PAYMENT ADOPTION AMONG MICRO-ENTERPRISES: THE ROLE OF PERCEIVED RISK AND TRUST," vol. 12, no. 2, pp. 375–386, 2021.
 - [18] D. Fecira, T. Mohd, and K. Abdullah, "ANALISIS PENERIMAAN E-LEARNING," vol. 02, no. 04, pp. 35–50, 2020.
 - [19] R. E. Setyawati, "Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 3 No. 1 Januari 2020," vol. 3, no. 1, pp. 39–51, 2020.