P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1

Analisis Aplikasi E-Wallet di Indonesia Pada Tingkat Konsumsi Masyarakat Selama Pandemi dan Pasca Pandemi COVID-19

Melinda Malau[1], Christina Michanola[2], Christina Yolanda[3], Rivald Maduwu[4]
Universitas Kristen Indonesia, Jakarta
Email: melinda.malau@uki.ac.id[1], christinmicha19@gmail.com[2],
chrstnyolanda@gmail.com[3], rivaldmaduwu@gmail.com[4]

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 telah merusak banyak elemen kehidupan sehari-hari, termasuk cara masyarakat beroperasi dalam transaksi. Tujuan penelitian ini diadakan adalah untuk mengeksplorasi efektivitas penggunaan e-wallet untuk transaksi non-tunai selama pandemi COVID-19. Survei berbasis web yang diselesaikan oleh 133 pengguna reguler dompet elektronik berfungsi sebagai metodologi penelitian. Survei ini bertujuan untuk mengumpulkan data tentang preferensi dan pengalaman pengguna dalam menggunakan e-wallet selama pandemi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet meningkat secara signifikan selama pandemi. Responden melaporkan bahwa e-wallet memberikan kemudahan dan keamanan dalam melakukan transaksi non-tunai. Maka, dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-wallet telah membuktikan sebagai solusi transaksi non-tunai yang efektif selama masa pandemi COVID-19. E-wallet memberikan kemudahan, keamanan, dan kemampuan untuk bertransaksi secara cepat. Dalam situasi yang sulit ini, e-wallet berperan penting dalam memfasilitasi pembayaran online. Penggunaan e-wallet diharapkan terus meningkat di masa depan sebagai bagian dari transformasi digital yang sedang terjadi dalam sistem pembayaran.

Kata kunci : E-Wallet, pandemi, COVID-19, tingkat konsumsi, masyarakat

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has disrupted many elements of everyday, including the way society operates in transactions. The purpose of this research was to explore the effectiveness of using e-wallets for non-cash transactions during the COVID-19 pandemic. A web-based survey completed by 133 regular e-wallet users served as the research methodology. This survey aims to collect data on user preferences and experiences in using e-wallets during a pandemic. The results of the study show that the use of e-wallets has increased significantly during the pandemic. Respondents reported that e-wallets provide convenience and security in making non-cash transactions. So, it can be concluded that the use of e-wallets has proven to be an effective non-cash transaction solution during the COVID-19 pandemic. E-wallets provide convenience, security and the ability to transact quickly. In this difficult situation, e-wallets play an important role in facilitating online payments. The use of e-wallets is expected to continue to increase in the future as part of the digital transformation currently taking place in the payment system..

Keyword : *E-Wallet, Pandemic, COVID-19, Consumption Level, Society*

https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

1. PENDAHULUAN

Selama mewabahnya virus COVID 19 di Indonesia, pemerintah pun terus menekan angkapenurunan virus COVID-19 dengan melakukan kegiatan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang mengakibatkan terbatasnya aktivitas sosial yang menjadi rutinitas masyarakat (Malau et al., 2022). Dengan adanya kebijakan tersebut berpengaruh pada pola konsumsi masyarakat. Daya beli masyarakat yang meningkat tidak dapat terpenuhi secara langsung dikarenakan keterbatasan yang ditetapkan oleh pemerintah (Malau et al., 2022). Hal ini menyebabkan masyarakat atau para pengguna internet berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan pola masyarakat yang semula datang dan bertansaksi secara langsung ke pasar, kini beralih menggunakan inovasi pembelian atau transaksi online melalui e-commerce, yang bertujuan sebagai tindakan pencegahan COVID-19 dengan mendukung kebijakan physical distancing.

Dengan kegiatan pembelian transaksi online melalui e-commerce atau aplikasi penyedia jasa online lainnya, masyarakat dituntut untuk mampu melakukan transaksi melalui dompet digital (e-wallet). E-wallet berkembang sangat cepat di kalangan masyarakat, dan mudah diakses dikarenakanaktivitas belanja online yang meningkat akibat terbatasnya aktivitas gerak masyarakat. Masyarakat yang banyak menghabiskan waktunya dirumah menjadi lebih memanfaatkan platform e-commerce karena kemudahannya yang bisa diakses secara fleksibel untuk berbelanja dimanapun dan kapanpun.

Dalam bertransaksi online, konsumsi rumah tangga berperan penting dalam mendukung transformasi digital dengan penggunaan dompet digital sebagai salah satu alat penunjang berteknologi modern di bidang teknologi keuangan. Dengan kemunculan berbagai produk dompet digital seperti Dana, Ovo, Go-Pay, Shopee-Pay dengan strategi marketingnya yang menyediakan banyak diskon ataupun promo lain, hal ini sudah dapat diterima dan digunakan masyarakat dalam kegiatan kesehariannya.

Rumusan masalah

Dalam pembahasan Analisis Kinerja Keuangan E-Wallet di Indonesiapada Tingkat Konsumsi Masyarakat selama "Pasca Pandemi" yaitu:

a. Bagaimana tingkat konsumsi masyarakat selama masa pasca pandemi?
b. Bagaimana efektifitas penggunaan e-wallet dalam konsumsi masyarakat?
c. Apakah tingkat konsumsi masyarakat meningkat dengan adanya e-wallet?

2. LANDASAN TEORI

Perilaku Konsumen (*Grand Theory*)

Ketika berbicara tentang manusia sebagai konsumen, mereka pasti memiliki kebutuhan dan keinginan dalam kehidupannya. Kebutuhan dan keinginan konsumensangat beragam dan dapat berubah seiring berjalannya waktu, hal ini dipengaruhi oleh banyak elemen yang mempengaruhi pembelian konsumen. Oleh karena itu, yang melakukan pemasaran harus dapat menyelami serta menafsirkan perilaku dari konsumen supaya kegiatan pemasaran mampu terwujud dan dapat dilaksanakan secara praktis dan berhasil sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang meliputi seluruh rangkaian aktivitas

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1

yang terkait dengan pembelian, penggunaan, dan pembuangan produk atau jasa oleh individu, kelompok, atau organisasi. Dalam konsep perilaku konsumen, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti faktor psikologis, sosial, budaya, pribadi, dan situasional. Tindakan pengguna kini semakin intensif dan terintegrasi dengan lingkungan sekitar. Terdapat dua jenis perilaku konsumen, yakni perilaku rasional dan irasional. Perilaku rasional lebih menekankan pada pandangandan logika yang dimiliki pengguna, sedangkan perilaku irasional dipengaruhi oleh keinginan semata, seperti jika ada barang yang diskon mereka akan langsung membelinya tanpa mempertimbangkan manfaat atau fungsi di masa depan.

Pandemi Corona (COVID-19)

Coronavirus atau virus corona adalah keluarga besar virus yang dapat menjajah manusia dan hewan, menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Sindrom Pernafasan Akut Parah Coronavirus 2 (SARS-CoV-2) adalah coronavirus yang menyebabkan penyakit COVID-19 pada manusia (Kirigia & Muthuri, 2020). Pandemi global yang disebabkan oleh COVID-19, yang pertama kali muncul di Wuhan, China pada tahun 2019, menyebar dengan cepat dan masih aktif hingga saat ini (Nasution et al., 2022). COVID- 19 mampu menyebar dari orang ke orang melalui tetesan udara yang dihasilkan saat batuk atau bersin dan dapat menyebabkan gejala ringan hingga parah, termasuk demam, batuk, sesak napas, dan bahkan kematian. WHO menegaskan pentingnya menjaga jarak sosial, mencuci tangan secara teratur, dan memakai masker untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Pasca Pandemi Corona (COVID-19)

Ketika wabah COVID-19 mulai mereda dan pola perilaku masyarakat mulai normal kembali, skenario tersebut dinamakan Pacsa Pandemi COVID-19.Pandemi global juga berdampak pada memburuknya sistem ekonomi dunia (Maital & Barzani, 2020). Persiapan untuk skenario ini, termasuk penyesuaian dengan keadaan new normal dianggap penting. New normal didasari pada kondisi ekonomi yang telah banyak didiagnosis sebagai pertumbuhan dan pendapatan yang stagnan serta akumulasi ketidakseimbangan (Storm, 2017).

Digital Marketing

Perkembangan teknologi dapat membantu untuk mendapatkan informasi dengan cepat. Teknologi dapat membantu manusia mengembangkan kreativitasnya dalam pemasaran dan penjualan. Pemasaran digital telah menggantikan teknik pemasaran tradisional yang sebelumnya dilakukan secara langsung dengan membagikan pamflet ataumemasang iklan di televisi atau di media cetak (Abdi et al., 2020). Proses akuisisi produk, penjualan kembali, dan promosi telah berubah dalam perdagangan bisnis. Dengan munculnya pemasaran digital, sektor korporasi telah menerima revolusi baru (Chandra & Tjiptono, 2001). Digital marketing sangat penting untuk pemasaran dan penjualan produk karena perkembangan teknologi mengarah kepada tren bisnis yang semakin beragam. Hal ini disebut dengan digital marketing tren (Hasan et al., 2022)

E-Commerce

Perdagangan elektronik atau e-commerce mendeskripsikan kegiatan jual beli, transfer pertukaran barang, jasa maupun informasi menggunakan internet dan melalui sistem (Kozinets et al., 2010). Melalui jaringan internet, e-commerce memungkinkan orang untuk saling bertukar barang guna memenuhi kebutuhannya sehari- hari. Sistem perdagangan online (disebut juga e-commerce) telah mempermudah para pelaku bisnis untuk terlibat dan bertransaksi melalui media internet, seiring dengan kemajuan ilmu

https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

pengetahuan dan teknologi informasi. Melihat dari banyaknya sisi keuntungan dan kemudahan yang bisa diperoleh, kini banyak pebisnis yang menangani penjualan, pembelian, atau peluncuran dan rekomendasi produknya melalui media online. Ketika penjual memutuskan untuk menggunakan platform seperti media sosial atau e-commerce berbasis aplikasi, tindakan dan keputusan mereka dapat digunakan untuk menilai keberhasilan e-commerce (Cui Yi, Mou Jian, Cohen Jason, 2019)

E-wallet

Layanan yang memelihara data alat pembayaran elektronik, mengumpulkan dana elektronik, dan membayar secara elektronik dikenal sebagai dompet elektronik atau e- wallet (Bank Indonesia, 2016). Dompet elektronik seperti perangkat elektronik untuk dompet nyata yang memfasilitasi transaksi keuangan dan mempercepat pembayaran (Yahid et al., 2013). Alat pembayaran digital yang diproduksi dengan media elektronik berupa server disebut dengan e-wallet (Mulyana & Wijaya, 2018)

Dompet elektronik adalah alat pemesanan yang meminimalkan kebutuhan akan mata uang berwujud dan memungkinkan pembeli dengan mudah memindahkan dana sambil melakukan aktivitas lain (Megadewandanu et al., 2016). Pembuatan dompet elektronik merupakan salah satu bentuk pembayaran yang dapat digunakan untuk transaksi online (Dac-Nhuong, 2019). Saat mengambil barang atau jasa dari vendor atau penjual, pelanggan dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat dengan menggunakan e- wallet untuk bertransaksi menggunakan perangkat elektronik seperti ponsel. Metode untuk membeli, menjual, dan mempromosikan barang berubah di sektor perdagangan. Melalui pemasaran digital, internet menghadirkan transformasi baru di dunia komersial (Chandra & Tjiptono, 2001).

3. METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan menggunakan analisis, deskriptif, metode kualitatif, beserta literatur pustaka. Urutan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah tingkat konsumsi masyarakat pada masa pandemi dan pasca pandemi COVID-19, identifikasi dan menganalisis penggunaan e-wallet dalam pola konsumsi masyarakat. Tahapan awal, melalui literatur pustaka memperhatikan seberapa besar perubahan pola konsumsi masyarakat pada masa pandemi dan pasca pandemi COVID-19 serta perkembangan penggunaan e-wallet.

Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi kelompok pengguna dompet digital (e- wallet) di Indonesia. Namun belum diketahui dalam penelitian ini berapa jumlah populasi atau pengguna e-wallet di Indonesia.Peneliti belum mampu untuk menemukan data yang akurat mengenai jumlah pengguna e-wallet di Indonesia. Teknik snowball sampling dan purposive sampling merupakan Teknik yang digunakan untuk mengambil data dalam penelitian ini. Snowball sampling adalah teknik pengambilan sample dengan keterkaitan hubungan antara responden selanjutnya (Ghaljaie et al., 2017). Sedangkan purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel dengan kritetia tertentu sehingga bisa memenuhi tujuan penelitian (Sugiyono, 2017).

Penelitian yang dilakukan peneliti akan mengambil sampel berdasarkan kriteria tertentu, yaitu:

a. Memiliki aplikasi e-wallet
b. Pernah melakukan pembayaran menggunakan aplikasi e-wallet
c. Menggunakan e-wallet selama masa pandemi sampai pasca pandemi
d. Tinggal di Indonesia/WNI

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Pendekatan pengumpulan data penelitian akan dilaksanakan langsung. Dalam meneliti ini, peneliti menggunakan cara wawancara atau mengamati responden untuk dapat memperoleh data. Peneliti akan mengamati dan mencatat hasil dari jawaban atau perilaku yang telah disampaikan oleh responden melalui kuesioner. Kuesioner ini menerapkan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini. Pendapat dan tanggapan individu digunakan untuk menghasilkan data yang sahih. Skala Likert memiliki rentang skor yang luas karena penggunaan skala yang dalam hal ini berkisar antara 1 sampai 5. Hasil dari reaksi responden terkait dengan harapan konsumen dan realita yang terjadi. Selain itu, peneliti juga membuat literatur pustaka untuk memperluas data yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 1. Skor jawaban kuesioner

Kenyataan yang terjadi	*Skor*
Sangat Setuju = SS	5
Setuju = S	4
Netral = N	3
Tidak Setuju = TS	2
Sangat Tidak Setuju = STS	1

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas merupakan metrik yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur benar-benar sesuai dengan variabel yang diteliti. Konsep ini sangat penting dalam penelitian karena memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang akurat. Tanpa validitas, hasil yang diperoleh mungkin tidak secara akurat mencerminkan realitas situasi di bawah proyek penelitian. Tingkat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi aktual yang diukur dikenal sebagai validitas dalam penelitian.

Uji validitas menunjukkan seberapa baik alat ukur benar-benar menangkap subjek pengukuran. Reliabilitas atau validitas suatu kuesioner dievaluasi dengan menggunakan uji validitas (Ghozali, 2009). Survey dikatakan valid apabila pertanyaan survey menggambarkan pokok permasalahan yang akan diukur. Ketika suatu tes melakukan nilai ukur yang sesuai atau menghasilkan hasil pengukuran yang sangat teliti dan terukur dengan tepat, maka dikatakan memiliki validitas yang tinggi. Jika hasil suatu tes tidak sesuai dengan tujuan pengukuran, maka dianggap memiliki validitas yang rendah.

Dalam Pengujian Validitas Terdapat Kriteria yaitu Tingkat signifikansi yang diajukan adalah 0,05.

- Persyaratan pengujian adalah : H0 diterima apabila r hitung > r tabel, (alat ukur yang digunakan sahih) H0 ditolak apabila r statistik ≤ r tabel. (alat ukur yang digunakan tidak sah)
- Cara menaksir nilai r tabel = df (N-2), tingkat signifikansi uji dua arah. Misalnya R tabel = df (13-2, 0,05). Untuk mendapatkan nilai R tabel kita harus melihat ditabel R.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas telah dikenal sejak era penelitian kualitatif modern pada tahun 1940-an hingga 1980-an. Dalam terminologi modern, reliabilitas mengacu pada konsistensi metodologi dan temuan penelitian (Bandur, 2016). Penelitian kualitatif dianggap reliabel apa bila hasil penelitiannya dapat direplikasi oleh peneliti lain. Uji reliabilitas yaitu pengukuran dengan menggunakan objek yang sama menghasilkan data. Alasan

https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

utama pengujian reliabilitas alat penelitian adalah untuk mengevaluasi koherensi alat ukur yang digunakan oleh peneliti kuantitatif. Artinya, peneliti ingin mempelajari apakah spesimen itu akurat atau tidak. Dengan kata lain, alat penelitian seperti kuesioner dapat diandalkan jika dapat memberikan skor yang konsisten pada setiap dimensinya. Akibatnya, alat untuk mendapatkan hasil penaksiran yang konsisten di beberapa dimensi.

Dalam penelitian kuantitatif, ada dua metode yang biasa digunakan oleh banyak peneliti untuk menentukan tingkat kepercayaan. 1) pengujian reliabilitas dan 2) pengujian konsistensi internal. Metode tes ulang disebut juga pengukuran ulang (Ghozali, 2005), metode tes ulang, reliabilitas tes ulang Tes (Nurgiyantoro et al., 2004) , tes terbaru (Akbar & Usman., 2006) digunakan saat peneliti menguji sampel penelitian sejenis pada waktu yang berbeda. Dengan kata lain, responden diberikan kuesioner atau tes yang sama pada waktu yang berbeda, dan hasil dari kedua tes tersebut berkorelasi dan akan diperiksa konsistensi hasilnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Data Responden

Penelitian ini terdapat 133 responden yang telah sesuai kriteria sampling penelitian ini. Berdasarkan data responden, 59,4% atau 79 orang merupakan usia antara 21 sampai 25 tahun, 36% atau 48 orang merupakan usia antara 16 sampai 20 tahun, 3% atau 4 orang lebih dari 35 tahun, 0,8% atau 1 orang berusia 31 antara 35 tahun, dan 0,8% atau 1 orang berusia antara 26 sampai 30 tahun. Domisili responden paling banyak di daerah Jakarta sebesar 54% dengan 72 orang, daerah Jawa sebesar 30,9 % sebanyak 41 orang, Sumatera 7,5 % sebanyak 10 orang, Bali 2,3% sebanyak 3 orang, Sulawesi 1,5% sebanyak 2 orang, NTT 3% sebanyak 4 orang, dan Papua 0,8% sebanyak 1 orang.

63,9% atau sebanyak 85 orang memiliki jenjang pendidikan terakhir SMA. 27,1% atau sebanyak 36 orang memiliki jenjang pendidikan terakhir S1. 3,8% atau 5 orang memiliki jenjang pendidikan terakhir Diploma, 3% atau sebanyak 4 orang memiliki jenjang pendidikan terakhir SMK, serta 2,3% atau sebanyak 3 orang memiliki jenjang pendidikan terakhir S2.

Dalam hal jangka penggunaan E-Wallet terdapat sebesar 44,4% atau 59 orang telah menggunakan E-Wallet selama 1-3 Tahun. 21,1% atau 28 orang telah menggunakan E-Wallet selama lebih dari 4 Tahun. 19,5% atau 26 orang telah menggunakan E-Wallet selama 1-6 Bulan dan sebesar 15% atau 20 orang telah menggunakan E-Wallet selama 6-12 bulan. Dalam menggunakan E-Wallet terdapat nominal jumlah isi ulang saldo E-Wallet, sebesar 55,6% atau 74 orang melakukan isi ulang saldo E-Wallet sebesar Rp100.000- Rp500.000. 30,1% atau 40 orang melakukan isi ulang saldo E-Wallet sebesar kurang dari Rp100.000.

Pembahasan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini, pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Dengan adanya pembatasan transaksi secara fisik maka E-Wallet merupakan solusi Ketika pandemi Covid-19 melanda, rata-rata masyarakat baru mengenal dan menggunakanaplikasi E-Wallet. Namun tidak hanya sampai disitu, setelah memasuki pasca pandemi Covid-19 dimana aktivitas perekonomian sudah mulai berjalan seperti biasanya dalam hal ini transaksi secara fisik juga sudah Kembali digunakan, esksistensi dari aplikasi E-Wallet ternyata mampu mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat, terlebih padarentang usia 21

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1

sampai 25 tahun yang merupakan kamu milenial lebih aktif menggunakan aplikasi E-Wallet.

Data membuktikan bahwa rata-rata jumlah top-up saldo yang dilakukan masyarakat pada aplikasi E-Wallet pada skala Rp100.000-Rp500.000, nominal tersebut merupakan nominal yang cukup untuk mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat setidaknya untuk kebutuhan sehari-hari.Namun, tidak sedikit masyakat masih memiliki keraguan terhadap keamanan saldo didalam Aplikasi E-Wallet sebab akses yang berbasis digital tentunya dapat diakses dimanasaja, kapan saja dan oleh siapa saja.

Tabel 2. Correlation

	Scale Mean if Item Deleted	*Scale Variance if Item Deleted*	*Corrected Item-Total Correlation*	*Cronbach's Alpha if Item Deleted*
M1	62.56	89.521	.511	.936
M2	61.89	90.328	.576	.932
MT1	61.77	90.983	.765	.927
MT2	61.71	91.887	.761	.928
MT3	61.73	91.426	.762	.927
MT4	61.87	91.370	.726	.928
MT5	61.77	92.059	.709	.929
MT6	61.82	90.119	.802	.926
MT7	61.81	90.972	.733	.928
R1	62.47	90.554	.647	.930
R2	61.98	91.591	.649	.930
R3	62.10	92.452	.559	.932
R4	62.41	91.804	.598	.931
R5	62.39	91.361	.616	.931
B1	62.28	89.627	.702	.928
B2	62.26	90.756	.696	.929

Tabel 3. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas
Item-Total Statistics

Item	*r_{hitung}*	*$r_{tabel(df\ 133-2)}$*	*Kriteria*
M1	0.511	0.170	Valid
M2	0.576	0.170	Valid
MT1	0.765	0.170	Valid
MT2	0.761	0.170	Valid
MT3	0.762	0.170	Valid
MT4	0.726	0.170	Valid
MT5	0.709	0.170	Valid
MT6	0.802	0.170	Valid
MT7	0.733	0.170	Valid
R1	0.647	0.170	Valid
R2	0.649	0.170	Valid
R3	0.559	0.170	Valid
R4	0.598	0.170	Valid
R5	0.616	0.170	Valid
B1	0.702	0.170	Valid
B2	0.696	0.170	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa semua pertanyaan dari setiap variabel penelitian yang terdiri dari minat, manfaat, Resiko, dan Biaya telah diuji dan mendapatkan r hitung yang lebih besar dari r tabel sehingga setiap variabel yang terdapat di dalam penelitian valid atau telah memenuhi validitas Tabel.

Tabel 4. Reliability Statistics.

Cronbach's Alpha	*N of Items*
.934	16

Tabel 5. Case Processing Summary

		N	*%*
Cases	Valid	133	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	133	100.0

https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

Setelah selesai mengkaji data, hasil kaji dengan uji reliabilitas akan ditampilkan pada bagian Output. Konsistensi dan stabilitas data yang dihasilkan oleh tes disebut sebagai reliabilitasnya. Ketika diulang dalam kondisi yang sama, tes yang andal akan menghasilkan hasil yang konsisten. Penting untuk dicatat bahwa suatu tes dapat diandalkan tetapi tidak valid, tetapi tidak dapat menjadi valid kecuali itu dapat diandalkan. Akibatnya, ketika melakukan semua jenis pengukuran atau penilaian, sangat penting untuk memastikan validitas dan reliabilitas. Untuk mencapai hal ini, pengujian harus dirancang dengan hati- hati, tindakan dan prosedur yang tepat harus dipilih, dan analisis data yang ketat harus dilakukan.

Selanjutnya, potensi sumber kesalahan atau bias yang dapat mempengaruhi hasil penelitian harus diperhatikan. Elemen di dalam tabel Case Processing Summary terdapat pada baris Cases Valid menampilkan jumlah responden terdapat 133 dan persentase mencapai skala 100%, Hal ini mencerminkan bahwa seluruh responden yang berjumlah 133 orang adalah sahih, dan tidak ada satupun yang memenuhi kriteria untuk dikecualikan/Excluded. Setelah itu, dapat melihat tabel Reliability Statistics untuk mengukur ketelitian serta kehandalan dari hasil perhitungan data. Hasil uji reliabilitas metode Cronbach's Alpha disajikan pada kolom Cronbach's Alpha (r hitung) yaitu sebesar 0,934, menunjukkan bahwa ada 16 pertanyaan atau item yang masuk ke dalam variabel view. Hasil Cronbach's Alpha untuk 16 item input atau 16 pertanyaan adalah 0,934. Tahap selanjutnya adalah mencari tahu apakah bukti dapat diterima atau tidak, dilakukan

Analisis hasil perhitungan r hitung > r tabel 5%, data tersebut reliabel. r tabel untuk 133 data responden adalah 0.170 dan r hitung adalah 0.934 sehingga bisa dikatakan bahwa r hitung > r tabel, yaitu 0.934 > 0.170. Konsekuensinya, informasi tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, konsisten, serta dapat diandalkan.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat konsumsi masyarakat saat pandemi COVID-19 mengalami penurunan sebab adanya pembatasan sosial. Namun, aplikasi e- wallet menjadi solusi untuk dapat melakukan transaksi tanpa interaksi secara langsung. Aplikasi e-wallet berperan penting dalam mendukung perekonomian sebab tingkat konsumsi masyarakat menjadi kembali stabil. Ketika memasuki masa pasca COVID-19 Aplikasi e-wallet tetap dipercaya oleh masyarakat terutama kamu milenial. E-wallet sangat membantu dalam menjalankan transaksi untuk memenuhi kebetuhan sehari- hari. Namun tidak sedikit juga masyarakat yang belum percaya, mereka masih kurang percaya bahwa informasi dan privasi mereka akan aman dan tidak dibagikan kepada pihak ketiga. Selain itu, masyarakat pengguna e-wallet mengetahui bahwa ada risiko yang terkait dengan penggunaan e-wallet.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian analisa aplikasi E-Wallet di Indonesia pada tingkat konsumsi masyarakat selama "Pandemi dan Pasca Pandemi Covid- 19" terdapat beberapa keterbatasan. Menganalisis pengaruh faktor frekuensi konsumsi masyarakat pada masa pandemi dan pasca pandemi COVID-19 dengan menganalisis aplikasi e-wallet hanya berdasarkan persepsi - persepsi yaitu keamanan, kepercayaan dan risiko yang terdapat dalam penelitian ini. Berikutnya, meskipun penelitian telah mengkaji faktor- faktor yang mempengaruhi persepsi minat, manfaat, risiko dan persepsi biaya hanya dari

nominal top-up saldo pada aplikasi e-wallet yang menjadi tolak ukur terhadap tingkat konsumsi masyarakat, Penelitian ini tidak meneliti faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi keamanan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdi, J. K., Harini, C., & Rohman, A. (2020). Iptek Bagi Masyarakat dan Pengembangan Marketing Online Pada UMKM Kabupaten Semarang. *Jurnal Karya Abdi*, *4*, 701–706.

Akbar, S. ., & Usman., H. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bumi Aksara.

Bandur, A. (2016). *Penelitian Kualitatif-Metodologi, Desain dan Teknik Analisis Data dengan Nvivo 11 Plus.* (Edisi Pert). Mitra Wacana Media.

Bank Indonesia. (2016). Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/Pbi/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. *Bank Indonesia*, 51. https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_184016.aspx

Chandra, G., & Tjiptono, F. (2001). Pemasaran Global. *Andi*.

Cui Yi, Mou Jian, Cohen Jason, L. Y. (2019). Understanding information system success model and valence framework in sellers' acceptance of cross-border e-commerce: a sequential multi-method approach. *Electronic Commerce Research*, *19*(4), 885–914.

Dac-Nhuong, L. (2019). Cyber Security in Parallel and Distributed Computing. *Scrivener Publishing LLC: Vietnam*, 245–262.

Ghaljaie, F., Mahin, N., & Goli, H. (2017). Snowball Sampling: A Purposeful Method of Sampling in Qualitative Research. *Strides Dev Med Educ*.

Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS* (B. P. UNDIP (ed.)).

Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Edisi Keem). Universitas Diponegoro, Semarang.

Hasan, S., Yusnanto, T., & Satisfaction, S. B. (2022). *DIGITAL* (Issue June).

Kirigia, J. M., & Muthuri, R. N. D. K. (2020). The fiscal value of human lives lost from coronavirus disease (COVID-19) in China. *BMC Research Notes*, *13*(1), 1–5. https://doi.org/10.1186/s13104-020-05044-y

Kozinets, R. V., De Valck, K., Wojnicki, A. C., & Wilner, S. J. S. (2010). Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities. *Journal of Marketing*, *74*(2), 71–89. https://doi.org/10.1509/jmkg.74.2.71

Maital, S., & Barzani. (2020). The Global Economic Impact of COVID-19. *A Summary of Research*, *Samuel Neaman Institute for National Policy Research*, 1–12.

Malau, M., Sariguna, P., Kennedy, J., Situmorang, H., Desrianty, M., Veronica, W., & Manalu, E. (2022). Manajemen Sosialisasi Vaksinasi COVID-19 Sebagai Upaya Menghentikan Pandemi. *Ikraith-Abdimas*, *5*(1), 199–104.

Megadewandanu, S., Suyoto, & Pranowo. (2016). 2016 2nd International Conference on Science and (ICST 2016) Yogyakarta , Indonesia. *International Conference on Science and Technology-Computer (ICST)*, *October*.

Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, *7*(2), 63–69. https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511

Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I.

(2022). Evaluasi Upaya Pemerintah Terhadap Pemulihan Ekonomi Korban Bencana Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Aceh Utara Provinsi Aceh. *Jurnal Benefita*, *5*(2), 212.

Nurgiyantoro, B., Gunawan, & Marzuki. (2004). *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu Sosial: Teori dan Praktik dengan IBM SPSS Statistic* (Edisi Revi). Gadjah Mada University Press.

Storm, S. (2017). The New Normal: Demand, Secular Stagnation, and the Vanishing Middle Class. *International Journal of Political Economy*, *46*.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitaf Kualitatif Dan R&D. In *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*

Yahid, B., Nobakht, M. B., & Shahbahrami, A. (2013). Providing Security for E-Wallet using E-Cheque. *International Journal of Information Science and Management*.