

PENGARUH LITERASI DAN EFIKASI DIRI TERHADAP INKLUSI KEUANGAN PADA PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL SHOPEE PAY DI JABODETABEK

Neskia Andyni¹⁾, Florentina Kurniasari^{2*)}

¹⁾²⁾Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang

e-mail: ¹⁾neskiaandyni@gmail.com

^{2*)}florentina@umn.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital berpengaruh pada berbagai macam industri termasuk industri keuangan. Salah satu layanan keuangan berbasis teknologi yang paling populer adalah pembayaran digital. Teknologi finansial ini diharapkan dapat mendukung program pemerintah Indonesia dalam meningkatkan inklusi keuangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi dan efikasi diri pada bidang keuangan terhadap tingkat inklusi keuangan dengan objek penelitian layanan pembayaran digital Shopee Pay di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Penelitian ini menyebarkan kuesioner terhadap 191 responden dan selanjutnya diolah secara statistik dengan menggunakan IBM SPSS 26 dan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan efikasi diri pada keuangan berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan.

Keywords: Inklusi keuangan; literasi keuangan, efikasi diri, teknologi finansial, pembayaran digital

ABSTRACT

The advancement of digital technology had affected many industries included financial sectors. The most famous financial technology was digital payment services. Financial technology was expected to support the Indonesian government program to increase financial inclusion. The objective of this study is to analyze the effect of financial literacy and self-efficacy to increase financial inclusion using the Shopee Pay digital payment services in Jabodetabek region as its research object. This is a causal research with quantitative methods and non-probability sampling techniques. This research distributed questionnaires among 191 respondents and furthered analyzed with linear multiple regression using IBM SPSS 26. The findings of the research showed that financial literacy and self-efficacy had a positive effect into financial inclusion.

Keywords: Financial inclusion; financial literacy; financial self-efficacy; financial technology; mobile payment

1. PENDAHULUAN

Data dari e-Conomy SEA (2019) menunjukkan bahwa dari total populasi penduduk Indonesia terlihat bahwa 50,82% tergolong *unbanked*, 47 juta 25,96% tergolong *underbanked*, dan sisanya tergolong *banked*. Hal ini menunjukkan bahwa akses terhadap segala jenis layanan keuangan Indonesia masih belum tersebar secara merata sehingga dapat menghambat pertumbuhan inklusi keuangan di Indonesia (World Bank, 2018). Peningkatan inklusi keuangan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi ekonomi

(Hiqmah, 2019), mendukung stabilitas sistem keuangan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat sehingga dapat menurunkan tingkat kemiskinan (Strategi Nasional Keuangan Inklusif, 2018).

Literasi keuangan berperan penting untuk meningkatkan kesadaran dan permintaan seseorang atas produk dan layanan keuangan (Global Financial Development Report, 2014). Indeks literasi keuangan di Indonesia tahun 2019 sebesar 38,03% menunjukkan bahwa belum semua masyarakat Indonesia terliterasi keuangan dengan sangat baik. Kurang mengenalnya produk dan layanan

keuangan menyebabkan permintaan terhadap produk dan layanan keuangan menjadi rendah sehingga dapat menghambat pertumbuhan inklusi keuangan.

Penggunaan produk dan layanan keuangan juga dipengaruhi oleh perilaku konsumen berupa tingkat kepercayaan diri terhadap kemampuan seseorang untuk menghadapi situasi tanpa kewalahan (Mindra *et al.*, 2017). Seseorang yang memiliki efikasi diri rendah cenderung menghindari untuk menghadapi masalah tersebut (Bandura, 1978). Jumlah pengguna internet Indonesia 2020 mencapai 175,4 juta yang terkoneksi melalui telepon selular mencapai 338,2 juta (We Are Social & Hootsuite, 2020), yang diharapkan dapat mengatasi masalah inklusi keuangan melalui teknologi finansial (=tekfin). Tekfin menjadi salah satu solusi bagi masyarakat yang kesulitan mendapatkan akses pada layanan keuangan, kurang terliterasi, dan kurang yakin atas kemampuan dirinya untuk menggunakan layanan keuangan dikarenakan sistemnya yang sederhana dan efisien (Daily Social, 2018).

Meskipun pembayaran digital menempati posisi pertama (38%) dalam distribusi layanan tekfin di Indonesia (Fintechnews, 2018), namun pada kenyataannya penggunaan metode pembayaran dengan sistem pembayaran digital ini hanya mencapai 1,66% (Katadata Insight Center, 2018). Salah satu bentuk pembayaran digital yang paling populer adalah Shopee Pay (Snapcart, 2020), yang dapat digunakan sebagai pembayaran di dalam platform Shopee, pembayaran transaksi belanja, tagihan utilitas, tiket, hiburan, serta transaksi di gerai offline. Jumlah penggunaannya mencapai 68% dan mengungguli jumlah pengguna OVO dan GoPay dikarenakan memberikan beberapa keunggulan seperti *cashback*,

potongan gratis ongkir, dan sebagainya. Bahkan nilai dan volume transaksi Shopee Pay pun tercatat unggul dengan jumlah transaksi dan nilai transaksi terbesar dibandingkan dengan pembayaran digital lainnya (Kata Data, 2020). Meskipun demikian, jumlah tersebut pembayaran digital tersebut masih sangat rendah dan tidak merata, yang disebabkan masih rendahnya tingkat literasi masyarakat terhadap produk pembayaran digital.

Untuk menggunakan layanan keuangan yang salah satunya adalah penggunaan pembayaran seluler (*mobile payment*), adanya faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan layanan keuangan tersebut seperti literasi keuangan (*financial literacy*) dimana jika masyarakat terliterasi secara keuangan maka akan dapat meningkatkan kesadaran atas produk dan layanan keuangan sehingga dapat memicu penggunaan. Selain itu, untuk menggunakan layanan keuangan juga terdapat perasaan keyakinan dari dalam dirinya yang disebut efikasi diri pada keuangan (*financial self – efficacy*) (Bongomin *et al.*, 2017).

Keunggulan Shopee Pay di dalam pembayaran digital ini diharapkan dapat membantu meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia melalui analisa terhadap tingkat literasi dan efikasi diri pada pengguna Shopee Pay di Jabodetabek. Karenanya, penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh literasi keuangan dan efikasi diri terhadap inklusi keuangan) pada penggunaan layanan *mobile payment* Shopee Pay di Jabodetabek.

2. TINJAUAN LITERATUR

Menurut Remund (2010), literasi keuangan menunjukkan kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan konsep pengetahuan keuangan (OJK, 2013), dapat mengatur

keuangan pribadi, terampil dalam membuat keputusan keuangan, memiliki kepercayaan diri dalam merencanakan kebutuhan masa depan secara efektif. Bongomin *et al.*, (2017) menjelaskan bahwa terdapat literasi keuangan memiliki aspek fungsional berupa perilaku dan sikap serta aspek non-fungsional berupa pengetahuan dan keahlian.

Perilaku seseorang dalam menggunakan produk mengukur tentang bagaimana pemilihan produk keuangan yang akan digunakan serta perilaku untuk mengatur keuangan dan penggunaan produk dan layanan keuangan sehari-harinya (Atkinson & Messy, 2011). Sikap terhadap produk dan layanan keuangan tersebut dapat mengukur kesadaran seseorang terhadap hal yang berkaitan dengan layanan keuangan (Carpena *et al.*, 2011).

Pengetahuan mengukur pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan dalam mengatur keuangan secara maksimal (Bongomin *et al.*, 2017). Keahlian merupakan keterampilan individu dalam melakukan perhitungan keuangan secara sederhana sehingga dapat menentukan manfaat dan risiko dari produk atau layanan keuangan tersebut (Carpena *et al.*, 2011).

2.1 Efikasi Diri

Efikasi diri merupakan keyakinan diri seseorang atas kemampuannya dalam mengatur dan melakukan tindakan untuk mencapai tujuan keuangan yang diinginkan (Bandura, 1978). Menurut Mindra *et al.*, (2017), efikasi diri merupakan kemampuan untuk membangkitkan kepercayaan diri yang dibutuhkan oleh seseorang untuk menggunakan layanan keuangan yang tersedia untuk membuat hidup mereka menjadi lebih baik. Bandura (1978) menjelaskan bahwa ada dimensi dari

efikasi diri yaitu: *Magnitude*, *Strength* dan *Generality*.

Magnitude merupakan tingkat kesulitan dari situasi atau tugas yang dihadapi oleh seseorang. Seseorang akan lebih yakin akan kemampuannya jika situasi atau masalah yang dihadapinya sesuai dengan batas tingkat toleransi kesulitan seseorang artinya, jika ia merasa situasinya sulit dan melebihi batas kemampuannya, ia akan cenderung menghindarinya (Bandura, 1978).

Dimensi *strength* mengukur seberapa kuat keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap situasi ataupun masalah yang dihadapinya. Semakin yakin seseorang akan kemampuannya, maka semakin gigih untuk berusaha memecahkan masalah dalam situasinya, begitu pula sebaliknya (Bandura, 1978).

Sedangkan dimensi *generality* merupakan variasi situasi yang dihadapinya, dimulai dari situasi yang umum atau pernah dilakukannya sampai situasi yang baru atau belum pernah dihadapinya, apakah seseorang yakin dengan kemampuan yang dimilikinya terhadap situasi yang ada. Jika seseorang memiliki efikasi diri maka seseorang akan cenderung menghadapi situasi apapun baik dari yang familiar maupun tidak familiar, begitu pula sebaliknya (Bandura, 1978).

2.2 Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan adalah akses dan penggunaan layanan keuangan formal yang tersedia dimana masyarakat dapat menggunakan layanan keuangan tersebut. (Demirguc-Kunt *et al.*, 2015). Menurut Massara *et al.* (2014), inklusi keuangan terbagi menjadi tiga dimensi yang terdiri dari akses, penggunaan dan kualitas.

Akses merupakan kemudahan untuk meraih layanan keuangan secara fisik (Massara *et al.*, 2014). Alliance for Financial Inclusion (2010) mendefinisikan akses layanan keuangan

sebagai kondisi dimana produk dan layanan keuangan yang tersedia oleh institusi keuangan dapat atau mampu digunakan oleh masyarakat. Penggunaan atau pemakaian dari layanan keuangan memiliki beberapa dimensi untuk mengukur tentang keteraturan, frekuensi, dan durasi penggunaan produk dan layanan keuangan tersebut atau seberapa sering seseorang menggunakan produk dan layanan keuangan tersebut. (Massara *et al.*, 2014).

Dimensi kualitas mengukur tentang kesesuaian layanan keuangan tersebut dengan kebutuhan konsumen (Massara *et al.*, 2014) berupa manfaat yang diberikan dan dapat dirasakan oleh masyarakat yang menggunakan produk dan layanan keuangan tersebut (Alliance for Financial Inclusion, 2010).

2.3 Pembayaran Digital

Pembayaran digital dijelaskan sebagai sebuah alat yang tersedia melalui teknologi ponsel untuk membayar, transfer, atau melakukan transaksi layanan keuangan lainnya (Putritama, 2019).

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan

Peningkatan pengetahuan keuangan seseorang dapat menyebabkan partisipasi dalam kegiatan seseorang dan perilaku seseorang yang lebih aktif dan positif (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Terdapat pengaruh positif antara literasi keuangan dengan inklusi keuangan dimana jika setiap individual memiliki literasi keuangan, maka mereka akan mampu menggunakan layanan keuangan dengan baik (Mindra & Moya, 2017).

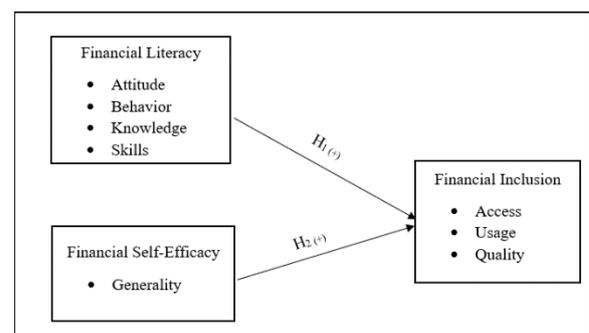
H₁: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan.

2.4.2 Pengaruh Efikasi Diri terhadap Inklusi Keuangan

Jika seseorang memiliki efikasi diri, maka individu merasa yakin atas kemampuannya untuk melakukan suatu tindakan dalam aktivitas keuangan sehingga dapat memicu penggunaan produk dan layanan keuangan (Mindra *et al.*, 2017). Jika seseorang memiliki efikasi diri yang tinggi akan cenderung dapat memiliki produk atau menggunakan layanan keuangan (Farrell *et al.*, 2016).

H₂: Efikasi diri berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan

Dari telaah literature tersebut, maka dibangunlah rerangka teoritis sebagai berikut:



Gambar 1. Rerangka Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk menguji pengaruh variabel literasi keuangan dan efikasi diri terhadap variabel inklusi keuangan dan data penelitian ini diperoleh dari pertanyaan terstruktur yang kemudian dianalisis dan melibatkan pengukuran numeris (Zikmund *et al.*, 2010).

3.1 Pengukuran

Variabel penelitian diukur dengan menggunakan skala Likert dengan skala satu sampai lima, dimana skala satu menunjukkan sangat tidak setuju sampai skala lima menunjukkan sangat setuju. Pengukuran variabel literasi keuangan diukur dengan empat dimensi

(pengetahuan, keahlian, sikap dan perilaku) dan variabel inklusi keuangan dengan tiga dimensi (akses, kualitas dan penggunaan) diadaptasi dari Bongomin et al., (2018). Pengukuran variabel efikasi diri diukur dengan dimensi *generality* diadaptasi dari Mindra et al., (2017).

3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dan didapatkan dari penyebaran kuesioner dengan perantara Google Form (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan teknik *sampling non – probability* dengan jenis *purposive sampling* dimana peneliti menetapkan kriteria sampel yang akan dipilih agar dapat menjawab permasalahan penelitian dan sesuai dengan tujuan penelitian ini (Zikmund et al., 2010). Adapun kriteria yang ditetapkan untuk penelitian ini adalah: pria dan wanita minimal 17 tahun, berdomisili di Jabodetabek, mengetahui Shopee Pay sebagai sarana mobile payment, memiliki akun Shopee Pay, pernah menggunakan Shopee Pay. Ukuran sampel yang akan diambil ditentukan berdasarkan acuan dari Hair Jr et al., (2014) dimana ditentukan dengan jumlah pertanyaan dikalikan lima. Jumlah pertanyaan penelitian ini berjumlah 32 sehingga, minimum jumlah sampel yang diambil $32 \times 5 = 160$ minimum jumlah sampel.

3.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan uji regresi linear berganda. Tahap pertama sebelum melakukan uji regresi berganda adalah uji instrumen dengan uji reliabilitas dan uji validitas. Uji reliabilitas menggunakan acuan nilai Cronbach's Alpha dan dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$ (Ghozali, 2018; Hair Jr. et al., 2014). Sedangkan uji validitas menggunakan

empat acuan nilai yaitu, Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) dengan nilai KMO $> 0,5$; Bartlett's Test of Sphericity dengan nilai Bartlett $< 0,05$; Anti – Image Correlation Matrix yang menggunakan nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA) dimana nilai MSA $> 0,5$; dan Factor Loading of Component Matrix dengan nilai factor loading $> 0,5$ (Ghozali, 2018; Hair Jr et al., 2014).

Uji asumsi klasik juga dilakukan yang merupakan persyaratan statistik sebelum dilakukannya uji regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan uji multikolonieritas untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel independen yang ditunjukkan dengan nilai Tolerance $\leq 0,10$ dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) ≥ 10 untuk menunjukkan tidak adanya multikolonieritas. Setelah itu, uji autokorelasi dilakukan untuk mendeteksi adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode sebelumnya menggunakan uji hipotesis Durbin – Watson dengan hipotesis nol menyatakan tidak ada autokorelasi baik positif maupun negatif dan persyaratan tidak tolak hipotesis nol jika $Du < d < 4 - Du$ terpenuhi. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi adanya ketidaksamaan varians residual satu pengamatan ke pengamatan lain pada model regresi dengan menggunakan grafik scatterplots sebagai dasar analisa. Terbukti tidak ada heteroskedastisitas jika titik menyebar di atas dan di bawah sumbu y . Selanjutnya, uji normalitas juga dilakukan dimana data untuk uji regresi harus terdistribusi normal. Dasar analisa menggunakan grafik histogram, grafik normal probability plot, dan nilai Kolmogorov - Smirnov (Ghozali, 2018).

4. HASIL dan PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini berhasil mendapatkan 191 responden dengan mayoritas responden merupakan wanita (72,3%), berusia 17 – 22 tahun (70,2%), berdomisili di Tangerang (70,2%), berprofesi mahasiswa/i (67%) dan memiliki pendapatan kurang dari Rp 3.000.000 (57,1%). Sebanyak 97,4% responden mengetahui Shopee Pay, 90,6% responden memiliki akun Shopee Pay, dan 90,1% responden yang pernah menggunakan Shopee Pay, sehingga dari 191 responden tersebut hanya 170 responden yang dapat diproses selanjutnya untuk diuji. Data diolah dan diproses menggunakan software IBM SPSS 26.

4.2. Hasil Uji Instrumen Pre-Test

Sebelum menganalisa data, dilakukan uji pre-test untuk mengetahui apakah penelitian dinyatakan valid dan reliabel agar dapat dilanjutkan ke tahap uji berikutnya. Uji pre-test dilakukan pada 33 responden pertama dan semua variabel dinyatakan valid karena memenuhi syarat $KMO > 0,5$; $Bartlett < 0,05$; $MSA > 0,5$; $Factor\ Loading > 0,5$ dan dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$ sehingga pengujian dapat dilanjutkan ke uji utama (Ghozali, 2018; Hair Jr. *et al.*, 2014).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas pada Pre Test (n=33)

Variabel	Dimensi	Indikator	Uji Validitas				Uji Reliabilitas
			KMO	Bartlett	MSA	Factor Loading	Cronbach's Alpha
Literasi Keuangan	Pengetahuan	KNW1	0,756	0,000	0,763	0,795	0,756
		KNW2			0,735	0,817	
		KNW3			0,757	0,739	
		KNW4			0,781	0,693	
	Keahlian	SK1	0,722	0,000	0,714	0,819	0,761
		SK2			0,769	0,776	
		SK3			0,881	0,554	
		SK4			0,662	0,873	
	Sikap	ATT1	0,643	0,000	0,594	0,854	0,731
		ATT2			0,609	0,885	
		ATT3			0,662	0,539	
		ATT4			0,807	0,750	
	Perilaku	BHV1	0,661	0,000	0,637	0,797	0,745
		BHV2			0,651	0,842	
		BHV3			0,718	0,804	
		BHV4			0,629	0,559	
Efikasi Diri	Generality	GEN1	0,565	0,000	0,593	0,847	0,846
		GEN2			0,541	0,902	
		GEN3			0,582	0,875	
		GEN4			0,541	0,679	
Inklusi Keuangan	Akses	ACC1	0,751	0,000	0,785	0,686	0,821
		ACC2			0,724	0,808	
		ACC3			0,816	0,833	
		ACC4			0,710	0,888	
	Kualitas	QTY1	0,795	0,000	0,802	0,856	0,865
		QTY2			0,790	0,862	
		QTY3			0,787	0,836	
		QTY4			0,803	0,821	
	Penggunaan	USG1	0,766	0,000	0,819	0,693	0,767
		USG2			0,797	0,775	
		USG3			0,712	0,858	
		USG4			0,775	0,780	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Setelah dilakukan uji percobaan menyatakan semua variabel valid dan reliabel, uji validitas dan reliabilitas kembali dilakukan pada uji utama dengan 170 responden tersebut. Hasil menyatakan bahwa variabel literasi keuangan, efikasi diri dan inklusi keuangan masing-masing valid dinyatakan dengan nilai $KMO > 0,5$; $Bartlett < 0,05$; $MSA > 0,5$; $Factor\ Loading > 0,5$ dan dinyatakan reliabel karena memenuhi syarat nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$ (Ghozali, 2018; Hair Jr. *et al.*, 2014).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas pada Main Test (n=170)

Variabel	Dimensi	Indikator	Uji Validitas				Uji Reliabilitas
			KMO	Bartlett	MSA	Factor Loading	
Literasi Keuangan	Pengetahuan	KNW1	0,738	0,000	0,697	0,842	0,738
		KNW2			0,688	0,854	
		KNW3			0,843	0,661	
		KNW4			0,841	0,683	
	Keahlian	SK1	0,746	0,000	0,743	0,851	
		SK2			0,722	0,812	
		SK3			0,781	0,604	
		SK4			0,764	0,842	
	Sikap	ATT1	0,671	0,000	0,696	0,831	
		ATT2			0,625	0,826	
		ATT3			0,646	0,620	
		ATT4			0,714	0,821	
	Perilaku	BHV1	0,603	0,000	0,599	0,750	
		BHV2			0,586	0,782	
		BHV3			0,617	0,731	
		BHV4			0,618	0,669	
Efikasi Diri	Generality	GEN1	0,797	0,000	0,789	0,850	
		GEN2			0,807	0,845	
		GEN3			0,755	0,881	
		GEN4			0,890	0,683	
Inklusi Keuangan	Akses	ACC1	0,779	0,000	0,874	0,673	
		ACC2			0,747	0,847	
		ACC3			0,825	0,788	
		ACC4			0,736	0,861	
	Kualitas	QTY1	0,800	0,000	0,811	0,829	
		QTY2			0,795	0,883	
		QTY3			0,785	0,857	
		QTY4			0,810	0,874	
	Penggunaan	USG1	0,815	0,000	0,848	0,827	
		USG2			0,787	0,869	
		USG3			0,776	0,882	
		USG4			0,878	0,770	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan	0,484	2,064
Efikasi Diri	0,484	2,064

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas, variabel Literasi Keuangan dan Efikasi Diri tidak terdeteksi korelasi sehingga dalam model regresi terbukti tidak terdapat multikolonieritas yang ditunjukkan nilai Tolerance $0,484 > 0,10$ dan nilai VIF $2,064 < 10$.

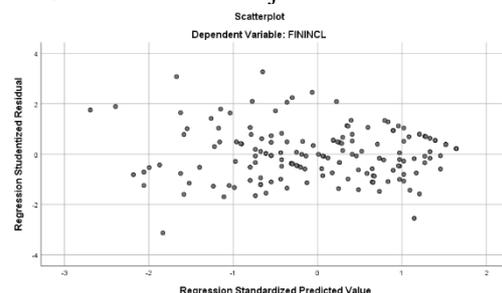
Tabel 4. Hasil Uji Auto Korelasi

Durbin Watson	1,992
---------------	-------

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Nilai Durbin Watson (D) yang dihasilkan dari pengolahan data primer adalah sebesar 1,992 dan nilai Du sebesar 1,7730 yang didapatkan dari tabel Durbin Watson (jumlah variabel independen (k) berjumlah 2; jumlah sampel sebanyak 170; nilai signifikan yang digunakan 0,05), serta nilai $4 - Du$ yang dihasilkan adalah 2,227 (dari $4 - 1,7730$). Nilai $D < 4 - Du$ ($1,992 < 2,227$) sehingga memenuhi persyaratan $D < D < 4 - Du$ sehingga tidak dapat menolak H_0 yang menyatakan “tidak ada autokorelasi baik negatif maupun positif”. Maka dari itu, dalam model regresi penelitian ini terbukti tidak mengandung autokorelasi (Ghozali, 2018).

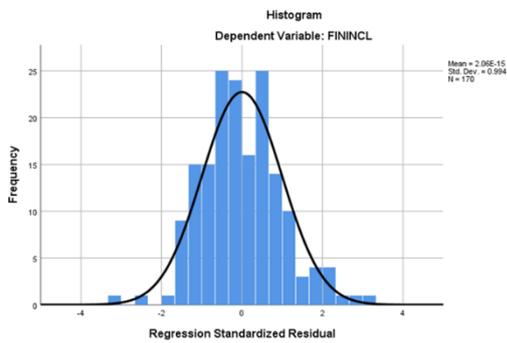
Gambar 3. Grafik Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

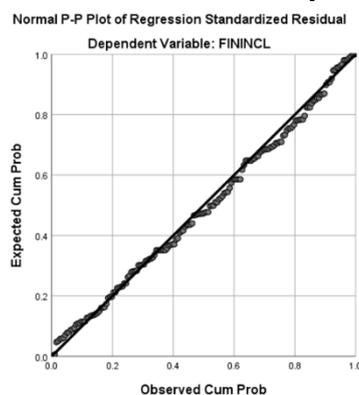
Dalam model regresi juga terbukti tidak terdapat heteroskedastisitas yang ditunjukkan dari grafik scatterplot yang menunjukkan bahwa titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y sehingga, model regresi layak digunakan untuk memprediksi pengaruh dari variabel literasi keuangan dan efikasi diri terhadap variabel inklusi keuangan (Ghozali, 2018).

Gambar 4. Grafik Histogram Normalitas



Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Gambar 5. Normal Probability Plot



Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Tabel 5. Nilai Kolmogorov – Smirnov Normalitas

Test of Normality	
Kolmogorov Smirnov	
Variabel	Sig
Unstandardized Residual	0,200

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Grafik histogram terlihat simetris, tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan sehingga pola terdistribusi secara normal. Begitu pula terlihat dari grafik normal probability plot yang menunjukkan bahwa titik tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya. Diperkuat dengan nilai Kolmogorov–Smirnov dengan menggunakan *unstandardized residual*, hasil menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,2 dimana nilai signifikan $0,2 > 0,05$ sehingga data terbukti terdistribusi normal (Ghozali, 2018).

4.4 Hasil Uji Regresi Berganda

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	0,796 ^a	0,634	0,629	0,31863

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen (Ghozali, 2018). Berdasarkan anjuran dari Ghozali, (2018), koefisien determinasi menggunakan nilai *adjusted R square*. Nilai koefisien determinasi menunjukkan *adjusted R square* sebesar 0,629 yang artinya sebesar 62,9% variasi variabel dependen, Inklusi keuangan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen yaitu literasi keuangan dan efikasi diri. Sementara 37,1% sisanya dijelaskan oleh faktor eksternal atau variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^a					
Mode l	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2	14,654	144,335	0,000 ^b
	Residual	167	0,102		
	Total	169			

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Uji Statistik F berfungsi untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2018). Dasar analisa adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan dengan signifikan sebesar 0,05. Variabel independen terbukti mempengaruhi variabel dependen jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$. Hasil

menunjukkan bahwa F hitung sebesar 144,335 dan F tabel yang didapatkan adalah sebesar 3,05 ($df_1 = 2$; $df_2 = 167$). Dari hal tersebut F hitung $144,335 > F$ tabel 3,05. Selain itu, signifikan dari hasil pengolahan data sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kedua hasil tersebut, terbukti bahwa variabel independen, literasi keuangan dan efikasi diri secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel inklusi keuangan.

Tabel 8. Hasil Uji Statistik T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T
		B	Std. Error		
1	(Constant)	0,884	0,200		4,432
	Literasi Keuangan	0,416	0,065	0,427	6,343
	Efikasi Diri	0,395	0,062	0,432	6,415

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Uji statistik T berfungsi untuk menguji masing – masing pengaruh variabel independen tersebut terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji statistik t mengandung informasi mengenai angka persamaan regresi berganda yang menggunakan angka dari *unstandardized coefficients beta* dan informasi untuk dasar pengambilan keputusan terima atau tolaknya hipotesis. Hipotesis alternatif akan diterima jika $t\text{-value} > t$ tabel atau nilai signifikan $< 0,05$ (Ghozali, 2018).

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	T-Value	T Tabel	Sig.	Keputusan
H ₁ : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan	6,343	1,65	0,00	Terima H ₁
H ₂ : Efikasi diri berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan	6,415	1,65	0,00	Terima H ₂

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Hasil uji hipotesis didasarkan dari tabel 8, hasil uji statistik t menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan dibuktikan dari nilai $t\text{-value}$ $6,343 > t$ tabel 1,65 dan signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga, H₁ diterima. Semakin terliterasi secara keuangan maka akan semakin terlibat aktif dalam aktivitas keuangan salah satunya menggunakan produk dan layanan keuangan, salah satunya menggunakan Shopee Pay. Jika seseorang memiliki literasi keuangan yang baik (pengetahuan dan keterampilan dalam menentukan dan mengevaluasi layanan (fitur, manfaat, dan risiko pembayaran digital) maka akan dapat menggunakan pembayaran digital, Shopee Pay dengan baik. Pandangan yang baik terhadap Shopee Pay juga memicu seseorang untuk menggunakan Shopee Pay. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Bongomin *et al.*, (2018), Mindra dan Moya (2017), dan Shen *et al.*, (2018) dimana literasi keuangan berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan.

Selain itu, hasil uji statistik t menunjukkan efikasi diri berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan dimana $t\text{-value}$ $6,415 > t$ tabel 1,65 dan signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H₂ diterima. Adanya perilaku konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran digital Shopee Pay dipengaruhi oleh adanya perasaan efikasi diri. Hal ini disebabkan karena mereka yakin atas kemampuannya untuk menggunakan layanan keuangan sehingga memicu untuk menggunakan layanan keuangan, Shopee Pay. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Mindra *et al.*, (2017) dan Wijaya *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan. Selain itu, juga didukung dengan penelitian dari Farrell *et al.*, (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi efikasi diri maka, semakin tinggi kepemilikan suatu produk

dan layanan keuangan. Persamaan regresi berganda linear berganda menggunakan nilai *unstandardized coefficients beta* yang didasarkan pada tabel 8, persamaan tersebut digambarkan sebagai berikut:

$$\text{Inklusi Keuangan} = 0,884 + 0,416 \text{ Literasi Keuangan} + 0,395 \text{ Efikasi Diri} + \text{error}$$

Koefisien regresi variabel literasi keuangan menunjukkan poin sebesar 0,416 yang artinya setiap penambahan 1 poin literasi keuangan dapat menambahkan variabel inklusi keuangan sebesar 0,416 poin. Untuk koefisien regresi variabel efikasi diri menunjukkan poin sebesar 0,395 yang artinya setiap penambahan 1 poin efikasi diri dapat meningkatkan 0,395 variabel inklusi keuangan.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dari literasi keuangan terhadap inklusi keuangan. Artinya, semakin terliterasi secara keuangan maka akan semakin aktif terlibat secara aktivitas keuangan salah satunya menggunakan produk dan layanan keuangan. Seseorang yang terliterasi secara keuangan akan dapat menggunakan produk dan layanan keuangan dalam hal ini Shopee Pay dengan tepat dan sesuai dengan kebutuhan.

Selain itu, efikasi diri juga terbukti memiliki pengaruh positif terhadap inklusi keuangan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia membutuhkan rasa keyakinan diri dan kepercayaan dari dalam dirinya untuk menggunakan suatu produk dan layanan keuangan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam penggunaan suatu produk dan layanan keuangan dalam hal ini Shopee Pay, dipengaruhi oleh perilaku seseorang yang di dalamnya

terdapat perasaan efikasi diri pada keuangan dimana seseorang dapat menghadapi situasi tersebut dengan baik.

5.1. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap inklusi keuangan. Dimensi perilaku yang berkaitan dengan bagaimana pemilihan produk dan layanan keuangan yang digunakan serta perilaku dalam penggunaan produk dan layanan keuangan tersebut harus ditingkatkan. Tingkat literasi berkaitan erat tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen. Perlu adanya kejelasan informasi terhadap syarat dan ketentuan yang berlaku dalam setiap produk yang ditawarkan. Informasi yang diberikan pun harus dijamin kredibilitasnya sehingga tingkat kepercayaan masyarakat semakin meningkat. Keberadaan media sosial dapat digunakan untuk menonjolkan fitur-fitur unggulan yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen. Konten yang menarik yang didukung oleh testimony positif dari konsumen lain, akan semakin meningkatkan literasi yang pada akhirnya pun akan meningkatkan tingkat inklusi keuangan karena semakin banyak konsumen yang tertarik menggunakan layanan digital tersebut.

6. SARAN

Penelitian ini memberikan saran kepada pemilik platform agar lebih gencar untuk mendemonstrasikan petunjuk cara penggunaan layanan keuangan pembayaran seluler dan manfaat yang didapatkan dalam menggunakan Shopee Pay dan terlibat untuk kampanye literasi keuangan melalui media sosial. Hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam diri seseorang dan pengetahuan untuk semakin menggunakan layanan pembayaran digital Shopee Pay. Pengguna pembayaran digital pun

disarankan untuk dapat membaca syarat dan ketentuan terkait penggunaan produk dan layanan keuangan agar terhindar dari konflik yang tidak diinginkan. Pelanggan diharapkan memilih platform pembayaran digital yang aman dan sudah terdaftar di OJK.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada 37,1% faktor lain di luar literasi keuangan dan efikasi diri yang dapat mempengaruhi inklusi keuangan,

antara lain menambah variabel penggunaa produk layanan digital atau tingkat adopsi terhadap teknologi baru atau menjelaskan variabel dependen inklusi keuangan. Sehingga, untuk penelitian selanjutnya, diharapkan pula dapat menggunakan target responden yang berbeda dan spesifik seperti pelaku UMKM, atau masyarakat lintas kelompok lainnya sesuai dengan target dari pemerintah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alliance for Financial Inclusion. (2010). *Financial inclusion measurement for regulators: Survey design and implementation*. 1–22.
- Atkinson, A., & Messy, F. (2013). Promoting financial inclusion through financial education.pdf. *OECD Publishing*, 34. <https://doi.org/10.1787/5k3xz6m88smp-en>
- Atkinson, Adele, & Messy, F.-A. (2011). Assessing Financial Literacy in 12 Countries. *Literacy*.
- Bandura, A. (1978). *Self Efficacy: Toward A Unifying Theory of Behavioral Change*. 1.
- Bongomin, G. O. C., Munene, J. C., Ntayi, J. M., & Malinga, C. A. (2017). Financial literacy in emerging economies: Do all components matter for financial inclusion of poor households in rural Uganda? *Managerial Finance*, 43(12), 1310–1331. <https://doi.org/10.1108/MF-04-2017-0117>
- Bongomin, G. O. C., Munene, J. C., Ntayi, J. M., & Malinga, C. A. (2018). Nexus between financial literacy and financial inclusion. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/ijbm-08-2017-0175>
- Carpaena, F., Cole, S., Shapiro, J., & Zia, B. (2011). Unpacking the Causal Chain of Financial Literacy. *The World Bank Development Research Group, September*, 1–36.
- Choi, Y., & Sun, L. (2016). Reuse intention of third-party online payments: A focus on the sustainable factors of alipay. *Sustainability (Switzerland)*, 8(2), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su8020147>
- Daily Social. (2018). *Fintech Report 2018* (Issue 22613).
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2017). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. In *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9). <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1259-0>
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Van Oudheusden, P. (2015). *The Global Findex Database: Measuring financial inclusion around the world*. April, 11.

- DeNoyelles, A., Hornik, S., & Johnson, R. (2014). Exploring the dimensions of self-efficacy in virtual world learning: Environment, task, and content. *Journal of Online Learning and Teaching*, 10(2), 255.
- Farjami, H., & Amerian, M. (2012). *Relationship between EFL Learners' Perceived Social Self-Efficacy and their Foreign Language Classroom Anxiety*.
- Farrell, L., Fry, T. R. L., & Risse, L. (2016). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 54, 85–99. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.07.001>
- Fintechnews. (2018). *INDONESIA: FINTECH LANDSCAPE REPOT* (Issue May).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Financial Development Report. (2014). Global Financial Development Report: Financial Inclusion. In *Economic and Political Weekly*, 49(33). https://doi.org/10.9774/gleaf.9781315103457_5
- Hair Jr., J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Hiqmah, Faizatul (2019). Pendekatan Pemasaran Sosial Untuk Peningkatan Inklusi Keuangan Bagi Masyarakat Kurang Mampu. *DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen*, 14(2), 269-284. <https://doi.org/10.19166/derema.v14i2.1418>
- Kata Data. (2020). *Hasil Dua Survei: Shopee Pay Kalahkan GoPay dan OVO Saat Pandemi*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f50a03bf2ece/hasil-dua-survei-shopeepay-kalahkan-gopay-dan-ovo-saat-pandemi>
- Katadata Insight Center. (2018). Indonesia e-commerce mapping 2018 9.9. *Katadata Insight Center*, 1–12.
- Lown, J. M. (2011). 2011 outstanding AFCPE® Conference paper: Development and validation of a Financial Self-Efficacy Scale. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(2), 54–63.
- Massara, M., Mialou, A., & Amidzic, G. (2014). *Assessing Countries' Financial Inclusion Standing — A New Composite Index*. <https://doi.org/10.7172/2353-6845.jbfe.2017.2.5>
- Mindra, R., Moya, M., Zuze, L. T., & Kodongo, O. (2017). Financial self-efficacy: a determinant of financial inclusion. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 338–353. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2016-0065>
- Mu, H.-L., & Lee, Y.-C. (2017). Examining the Influencing Factors of Third-Party Mobile Payment Adoption: A Comparative Study of Alipay and WeChat Pay. *The Journal of Information Systems*, 26(4), 247–284.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2013). *Literasi Keuangan*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi->

Keuangan.aspx

- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Siaran Pers Survei OJK 2019 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Meningkat*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Survei-OJK-2019-Indeks-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-Meningkat.aspx>
- Putritama, A. (2019). The Mobile Payment Fintech Continuance Usage Intention in Indonesia. *Jurnal Economia*, 15(2), 243–258. <https://doi.org/10.21831/economia.v15i2.26403>
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. John Wiley & Sons.
- Shen, Y., Hu, W., & Hueng, C. J. (2018). The effects of financial literacy, digital financial product usage and internet usage on financial inclusion in China. *MATEC Web of Conferences*, 228. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201822805012>
- Snapcart. (2020). *Riset Snapcart: Transaksi ShopeePay Lampau GoPay dan OVO Saat Pandemi*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f43ad5910c56/riset-snapcart-transaksi-shopeepay-lampau-gopay-dan-ovo-saat-pandemi>
- Strategi Nasional Keuangan Inklusif. (2018). *Inklusi Keuangan Indonesia 2018*.
- We Are Social & Hootsuite. (2020). *Digital Data Indonesia 2020*. 1–97. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- World Bank. (2018). *Financial Inclusion*. <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/overview>
- Zikmund, W. G., Carr, J. C., Babin, B., & Griffin, M. (2010). *Business Research Methods*. 668.