
**ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, MANFAAT, KEMUDAHAN,
DAN RISIKO TERHADAP PENGGUNAAN *E-PAYMENT* DI INDONESIA**

Bani Saad SE,AK,M.Si,CA

Accounting Department, STIE Indonesia Banking School, Jakarta, Indonesia

Bani.saad@ibs.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis beberapa faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan *e-payment di Indonesia*. Objek penelitian ini adalah para pengguna E-Payment, seperti: GoPay, Dana, Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan OVO yang berlokasi di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan pengumpulan data digunakan menggunakan kuesioner melalui *Google Form*, dengan metode *convenience sampling*.

Kata kunci: persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, keamanan, *electronic payment system, point of sale*.

ABSTRACT

This study aims to analyze several factors that influence the use of e-payments in Indonesia. The object of this research is E-Payment users, such as: GoPay, Dana, Tokopedia, Shopee, Bukalapak and OVO located in Indonesia. The data used in this study is primary data and data collection is used using a questionnaire via Google Form, with the convenience sampling method.

Keywords: perceived ease of use, perceived benefits, trust, security, electronic payment system, point of sale.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan berkembangnya zaman, kebutuhan masyarakat Indonesia semakin hari semakin bertambah sehingga ketika memasuki era digital perkembangan teknologi informasi dapat berkembang sangat pesat serta mempengaruhi aktivitas bisnis sehari-hari, menurut (Huwaydi & Persada, 2018) kegiatan yang dilakukan masyarakat Indonesia tidak jauh dari unsur teknologi dan unsur digital. Dengan begitu muncul inovasi-inovasi yang semakin memudahkan manusia untuk mengakses informasi secara cepat dan tepat. Menurut (Bahri, 2016) beberapa inovasi yang sedang sangat berkembang saat ini adalah penggunaan internet, telepon genggam dan aplikasi dari internet pada telepon genggam tersebut. Saat ini manusia dapat saling berinteraksi, berkomunikasi, mencari berita, berbisnis serta berbelanja dengan mudah menggunakan 3 komponen tersebut.

Berdasarkan Gerai Info Bank Indonesia, edisi 50, tahun 2014 didefinisikan bahwa *less cash society* merupakan sebuah program yang bertujuan membuat kebiasaan baru masyarakat untuk bertransaksi tanpa uang tunai. Ada tiga keuntungan dari *less cash society*. Pertama, transaksi non tunai lebih efisien karena setiap orang tidak perlu membawa uang tunai kemana-mana untuk melakukan transaksi bisnis. Kedua, transaksi non tunai relatif tidak berbiaya mahal. Ketiga, transaksi non tunai lebih memudahkan untuk dilacak apabila terjadi tindak pidana

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology (fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran (Bank Indonesia, 2016). Industri *financial technology (fintech)* merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini. Sistem pembayaran berbasis teknologi menjadi salah satu sektor dalam industri *FinTech* yang paling berkembang di Indonesia. Sektor inilah yang kemudian paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan (Sukma, 2016).

Salah satu perkembangan teknologi informasi adalah perubahan pada alat pembayaran. Dewasa ini masyarakat yang dahulu menggunakan alat pembayaran tunai kini telah mulai mengenal dan menggunakan pembayaran non tunai dalam melakukan

berbagai aktivitas transaksi pembayaran (Priambodo & Prabawani, 2016). Di Indonesia sendiri, sekarang sudah banyak perusahaan yang menggunakan sistem pembayaran non tunai berbasis internet atau biasa disebut sistem pembayaran elektronik. Sistem pembayaran elektronik atau *e-payment* menurut (Ayo & Ukpere, 2010) mengacu pada proses pertukaran moneter secara otomatis dalam transaksi bisnis dan transmisi nilai melalui jaringan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Di dalam pembayaran elektronik uang disimpan, diproses dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di inisialisasi melalui alat pembayaran elektronik. Komponen-komponen utama dalam sistem pembayaran elektronik yakni: aplikasi pemindahan uang, infrastruktur jaringan, prosedur dan peraturan yang sesuai dengan kegunaan dari sistem tersebut.

Sedangkan OVO sendiri merupakan aplikasi *digital finance* terpadu yang di kembangkan oleh LippoX, yang sudah terintegrasi dengan beberapa perusahaan Lippo. (Faqih, 2018) menyatakan, pembayaran secara elektronik menggunakan aplikasi OVO dapat digunakan sebagai media pembayaran di tempat perbelanjaan seperti Matahari Departement Store, Hypermart dan di berbagai *merchant* yang berada di bawah naungan Lippo Group yang dapat di akses melalui *smartphone* yang kita miliki. OVO juga sudah bekerjasama dengan Grab serta menjadi platform tempat pembayaran bagi pengguna jasa layanan transportasi Grab, dan juga beberapa rumah makan yang memberikan promo cashback dari 10%-30% poin dengan pembayaran via OVO, dimana poin yang didapat berupa cash dalam bentuk point yang dapat dibelanjakan di gerai yang juga bekerjasama dengan OVO.

Penelitian ini ingin mencari tahu faktor-faktor apa yang mempengaruhi beberapa faktor yang mempengaruhi *electronic payment*. Penulis menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* (F. Davis, 1989). Variabel yang akan digunakan antara lain kemudahan dalam penggunaan (*ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), pengetahuan produk, risiko (*risk*), dan kelemahan produk.

Pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan (Kim, Mirusmonov, & Lee, 2009) hasil penelitian "*An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment.*" Menunjukkan variabel inovasi pribadi, mobilitas, keamanan, pengetahuan produk, persepsi kemudahan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan, namun variabel kesesuaian tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat dan kemudahan yang membedakan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu

adalah pada penelitian yang dilakukan (Kim et al., 2009) menggunakan Lokasi penelitian yaitu di korea selatan, variabel Y, pengumpulan data, serta pengukuran data.(Teoh, Chong, Lin, & Chua, 2013) juga melakukan penelitian “*Factors affecting consumers’ perception of electronic payment:an empirical analysis* yang menunjukkan bahwa variable *benefit, selfefficacy. Ease of use*, berpengaruh signifikan terhadap *Consumers perception towards electronic payment* sedangkan variabel *trust* dan *security* tidak berpengaruh signifikan.

Mengacu pada latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai “**Analisis pengaruh pengetahuan produk, manfaat, kemudahan, risiko, dan kelemahan produk terhadap Persepsi Penggunaan E-Payment (Studi Empiris Pengguna E-Payment (GoPay,Dana,Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan OVO di Indonesia))**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan judul dan latar belakang penelitian, maka permasalahan yang ada di dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*?
2. Apakah manfaat berpengaruh terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*?
3. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*?
4. Apakah risiko berpengaruh terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibentuk, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh dari pengetahuan produk terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*
2. Menganalisis pengaruh dari manfaat terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*
3. Menganalisis pengaruh dari kemudahan terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*
4. Menganalisis pengaruh dari risiko terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*

LANDASAN TEORI

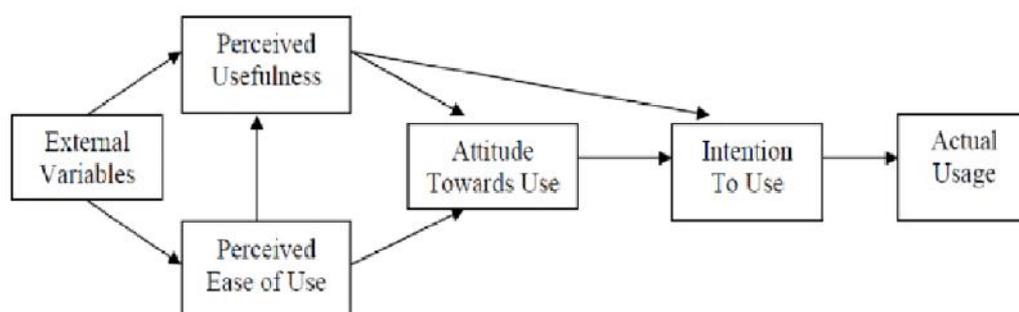
2.1. Teori-teori

TAM (Theory Acceptance Model)

Technology Acceptance Model (TAM) yang berarti Model Penerimaan Teknologi diciptakan tahun 1989 oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw, merupakan model yang dibuat untuk menganalisis beberapa variabel yang berpengaruh terhadap penggunaan suatu teknologi. (Legris, Ingham, & Collette, 2003) TAM terbukti secara empiris menjadi model teoritis dalam membantu untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna teknologi informasi. Berdasarkan definisi tersebut, TAM dapat menjelaskan suatu penolakan atau penerimaan pada teknologi.

Model TAM menunjukkan sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna tentang bagaimana dan kapan mereka menggunakan sebuah teknologi baru. TAM dikenal dapat menjelaskan 5 konstruk yang dapat mempengaruhi pengguna dalam menggunakan sebuah teknologi yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), minat perilaku (*behavioral intention*), dan penggunaan sistem (*actual system usage*) (Muntianah, Astuti, dan Azizah, 2012). Namun dalam model TAM, persepsi manfaat dan kemudahan merupakan faktor penentu dasar penerimaan penggunaan teknologi.

Kedua variabel tersebut menurut Davis mampu menunjukkan perilaku seseorang dalam penggunaan suatu teknologi baru. Secara lebih jelas Davis menunjukkan gambaran tentang model teori TAM ini sebagai berikut:



Sumber : (F. D. Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989)

Gambar 2.1. *Technology Acceptance Model*

Sistem Informasi Akuntansi

Menurut (Romney & Steinbart, 2008), sistem informasi akuntansi adalah sistem yang mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan memproses data menjadi informasi untuk pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan oleh pihak yang berkepentingan dapat menjadi lambat apabila data yang diperoleh tidak akurat tanpa adanya sistem informasi akuntansi berbasis teknologi.

Dengan adanya sistem informasi akuntansi berbasis teknologi tersebut dapat menghasilkan informasi akuntansi secara luas, cepat dan akurat serta meningkatkan perkembangan financial technology khususnya sistem pembayaran elektronik.

POS (*Point of Sale*)

Dalam sistem informasi akuntansi yang dijelaskan oleh (Hall, 2016) mengenai prosedur pembayaran berbasis IT. Dalam penelitian ini sistem yang digunakan adalah *Point of Sales System*. *Point of Sale* dapat di artikan sebagai sebuah sistem yang dapat melakukan proses transaksi. *System Point of Sale* ini digunakan secara luas kebanyakan pada perusahaan ritel. Sistem ini dapat mencatat setiap penjualan secara real time sehingga catatan persediaan akan selalu up to date.

Untuk melakukan transaksi dengan system point of sales, seorang customer yang ingin membayar membawa barang tersebut ke kasir, lalu petugas kasir tersebut memindai kode produk universal (UPC). Pemindai tersebut merupakan alat input utama dari system POS. Sistem POS berhubungan secara online ke file persediaan di mana data harga barang didapatkan dan akan di tampilkan pada komputer kasir. Lalu sistem akan menghitung jumlah yang akan di bayar oleh *customer*. Terminal Point of Sales ini secara elektronik terkoneksi ke akun milik si pengusaha atau penjual yang selanjutnya terkoneksi ke financial tracking system. Pembayaran dapat berupa uang tunai, cek, debit card, kredit card, ataupun e-wallet seperti Go-Pay dan OVO tergantung ketersediaan dari toko tersebut. Dengan begitu untuk melakukan otorisasi dari penjual dan pembeli maka penerimaan persetujuan pembayaran di perlukan secara online.

Mobile Payment

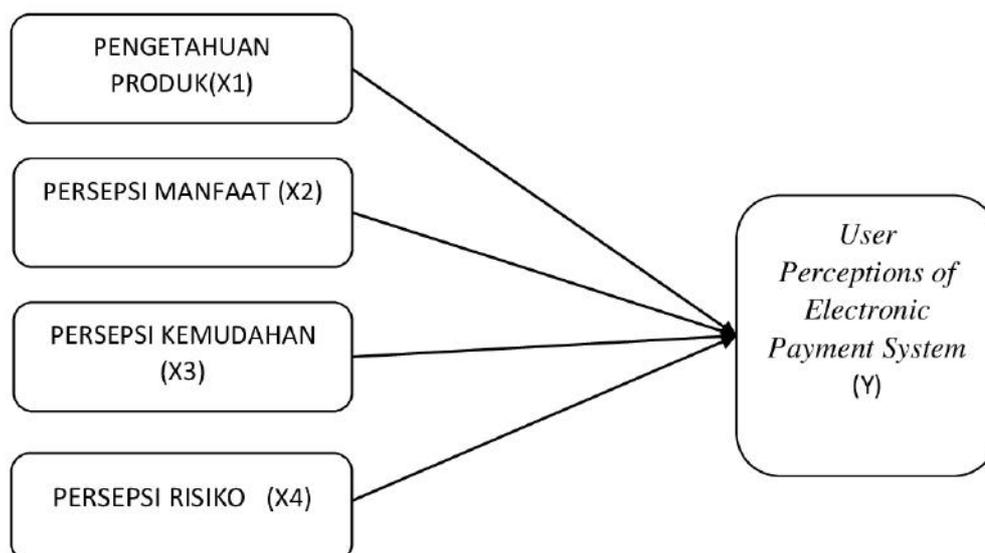
Mobile payment adalah sebuah inovasi baru dari proses pertukaran nilai atau instrumen pembayaran yang lain yang bisa digunakan oleh konsumen yang cenderung lebih bergantung pada kecanggihan fitur dari telepon pintar dan otorisasi keuangan konsumen (Liu dan Tai, 2015). Selain itu, *Mobile payment system* dapat didefinisikan

sebagai sistem pembayaran yang dilakukan melalui sebuah perangkat mobile digunakan untuk memulai, mengaktifkan, dan atau mengkonfirmasi pembayaran dalam memperoleh suatu barang atau layanan jasa (Karnouskos dan Fraunhofer, 2004). Singkatnya, *Mobile payment system* adalah suatu bentuk pembayaran yang dilakukan dengan perangkat *mobile*, seperti *smartphone* dan *tablet*.

Electronic Payment System

Electronic Payment yang biasanya di sebut sebagai *e-payment* adalah sebuah bentuk pembayaran yang dilakukan dengan sebuah perangkat *mobile* atau *handphone* melalui suatu aplikasi dari penggunaan internet yang digunakan untuk bertransaksi. Pertumbuhan internet telah memfasilitasi popularitas instrumen pembayaran karena perdagangan elektronik menciptakan kebutuhan keuangan baru dalam banyak kasus yang dapat dipenuhi secara efektif oleh sistem pembayaran tradisional (Sumanjeet, 2009). (Hord,2005) dalam (Teoh et al., 2013) berpendapat bahwa pembayaran elektronik mewakili segala bentuk pembayaran non tunai. Sistem pembayaran elektronik memainkan peran penting dan kurangnya sistem yang efektif dapat menghambat keberhasilan pengembangan perdagangan elektronik secara keseluruhan (Sevgi Ozkan, Gayani Bindusara, & Ray Hackney, 2010).

2.2. Rerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Penulis, 2020

Gambar 2.2. Rerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Pengetahuan Produk

Dalam TAM (*Technology Acceptance Model*), salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan pembayaran secara *mobile* berasal dari karakteristik pengguna yaitu inovasi dan pengetahuan mengenai pembayaran secara *mobile* (Kim, Mirusmonov dan Lee, 2010). Pengetahuan konsumen akan suatu produk menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan penggunaan produk tersebut (Melindasari dan Nasir, 2012). Hasil penelitian (Kim, Mirusmonov dan Lee, 2010), menemukan hasil bahwa pengetahuan produk merupakan faktor penting dalam memudahkan pengguna untuk menggunakan pembayaran *mobile*. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H1 : Pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*

Perceived of Usefulness(Persepsi Manfaat)

Persepsi manfaat diartikan sebagai sebuah keyakinan pengguna bahwa menggunakan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat yang dapat meningkatkan kinerja penggunaannya (F. Davis, 1989). Dengan definisi tersebut maka sesuai dengan arti kata *usefull* yang artinya bermanfaat.

Hasil penelitian (Kim et al., 2009) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi pembayaran elektronik. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Priyono, 2017) menyebutkan *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap *intention touse*. (Priambodo & Prabawani, 2016) juga menunjukkan bahwa Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Dengan begitu hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah:

H2 : Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan *E-payment*.

Perceived Ease to Use(Persepsi Kemudahan Pengguna)

Persepsi kemudahan merupakan suatu inti dari proses penerimaan teknologi, sehingga pengguna akan menggunakan sistem teknologi pembayaran apabila penggunaan dari teknologi tersebut mudah di pahami dan bebas akan usaha. (F. Davis, 1989)

mendefinisikan bahwa persepsi kemudahan itu adalah sebuah keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan sistem pembayaran elektronik seperti Go-Pay dan OVO akan mengurangi usaha dalam hal ini mengindikasikan sistem pembayaran elektronik dapat memberi kemudahan bagi penggunanya di bandingkan dengan yang tidak menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Persepsi kemudahan merupakan konstruk yang sudah banyak diteliti dan menjadi faktor dengan dampak paling dominan terhadap perilaku seseorang dalam menggunakan layanan pembayaran secara *mobile* (Phonthanakitthaworn, 2016). Dari uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan terhadap penelitian ini adalah:

H3 : Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan *E-payment*.

Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan sebuah keyakinan pengguna layanan *mobile* akan kemungkinan terpapar dengan risiko (Abrahamo, 2016). Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko merupakan sebuah kekhawatiran pengguna akan ketidakpastian atau kemungkinan kerugian yang mungkin timbul saat menggunakan transaksi secara *online*. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah :

H4 : Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan *E-payment*.

METODOLOGI PENELITIAN

Data pada penelitian ini menggunakan data primer yang populasinya adalah pengguna GoPay, Dana, Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan OVO yang berlokasi di Indonesia. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner dengan convenience sampling dari kriteria tertentu.

3.1. Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari variabel dependen yaitu Persepsi Pengguna *e-Payment* dan memiliki 4 (empat) variabel independen yaitu Pengetahuan Produk (PP), Persepsi Manfaat (M), Kemudahan Pengguna (K) dan Persepsi Risiko (Rs) dimana seluruh variabel diukur dengan skala likert 7 poin dengan keterangan bahwa 1= Sangat Tidak Setuju (STS); 2 = Tidak Setuju (TS); 3 = Agak Tidak Setuju (ATS); 4 = Cukup Setuju (CS); 5 = Agak Setuju (AS); 6 = Setuju (S); dan 7 = Sangat Setuju (SS) sebagaimana dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Statistik
Dependen			
Persepsi Pengguna <i>e-Payment</i> (UPEPS)	Persepsi pengguna dalam penggunaan layanan <i>e-payment</i>	1. Pengetahuan penggunaan <i>e-payment</i>	Skala Likert (1-7)
		2. Kepraktisan penggunaan <i>e-payment</i>	
		3. Penggunaan <i>e-payment</i> mengurangi transaksi tunai	
		4. Penggunaan <i>e-payment</i> mengurangi risiko penerimaan uang palsu	
		5. Sistem <i>e-payment</i> yang baik menjaga reputasi perusahaan	
Independen			
Pengetahuan Produk (PP)	Sejauh mana pengetahuan pengguna atas produk yang ditawarkan oleh penyedia layanan <i>e-payment</i>	1. Pengetahuan adanya layanan <i>e-payment</i>	Skala Likert (1-7)
		2. Fungsi <i>e-payment</i>	
		3. Layanan transfer pada <i>e-payment</i>	
		4. Layanan tarik tunai <i>e-payment</i>	
		5. Saldo minimum pada <i>e-payment</i>	
Persepsi Manfaat (M)	Manfaat yang diterima pengguna	1. <i>E-Payment</i> sebagai pengganti uang tunai	Skala Likert (1-7)
		2. Penghematan waktu bertransaksi	

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Statistik
Dependen			
	dalam menggunakan layanan <i>e-payment</i>	3. Penawaran promo oleh layanan <i>e-payment</i> 4. <i>E-payment</i> sebagai substitusi kartu debit 5. Biaya pembayaran dengan <i>e-payment</i> jika dibandingkan dengan tunai	
Kemudahan Pengguna (K)	Kemudahan dalam menggunakan layanan <i>e-payment</i>	1. Kemudahan mempelajari <i>e-payment</i> 2. <i>E-payment</i> mempermudah pekerjaan 3. Kemudahan transfer dengan <i>e-payment</i> 4. Kemudahan top up saldo <i>e-payment</i> melalui Bank/ATM 5. Kemudahan Tarik tunai saldo <i>e-payment</i>	Skala Likert (1-7)
Persepsi Risiko (Rs)	Risiko yang dihadapi dalam penggunaan layanan <i>e-payment</i>	1. Keamanan kerahasiaan data pribadi 2. Kebutuhan koneksi internet yang stabil untuk akses <i>e-payment</i> 3. Risiko pengurangan saldo <i>e-payment</i> 4. Keamanan saldo <i>e-payment</i> dalam jangka panjang	Skala Likert (1-7)
Sumber: Olahan Penulis, 2020			

3.2. Metode Analisis Data

Instrumen penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert 7 poin. Instrument yang digunakan untuk mengukur semua variabel. Data yang akan dianalisis sebelumnya harus memenuhi uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) validitas adalah pengujian dari seberapa baik kah instrument yang dikembangkan untuk mengukur konsep yang sudah di tentukan dan yang akan di ukur. Sebuah test dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. (Hartono, 2013) menyimpulkan bahwa reliabilitas menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya, reliabilitas berhubungan dengan akurasi dari pengukurannya dan juga konsistensi dari pengukur.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi penelitian ini memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011).

Uji multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat hubungan korelasi antar variabel independen. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi mengandung nilai residu dan varian yang tidak sama untuk semua pengamatan (Hadi, 2009).

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS . Model regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{UPEPS} = a + \beta_1\text{PP} + \beta_2\text{M} + \beta_3\text{K} + \beta_4\text{Rs} + e_i \dots \dots \dots (3.1)$$

Keterangan:

UPEPS = *User Perceptions of Electronic Payment System* (Persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik)

PP = Pengetahuan Produk

M = Manfaat

K = Kemudahan Pengguna

Rs = Risiko

E = *Error*

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Adjusted R square adalah koefisien determinasi yang sudah disesuaikan dengan jumlah variabel pada penelitian. *Adjusted R Square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan perubahan variabel dependen (Hadi, 2017).

Uji t

Uji t dapat disebut uji variabel, yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. penelitian ini menggunakan tabel kriteria *p-value*. *P-value* merupakan tingkat kesalahan untuk setiap variabel independen yang dihitung berdasarkan uji t

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Data penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dari pendistribusian kuesioner kepada responden melalui *google form* yang dibagi menjadi 6 (enam) bagian. Bagian 1 terdiri dari 3 (tiga) pertanyaan terkait demografi responden berupa pertanyaan pilihan ganda. Bagian 2 terdiri dari 5 (lima) pertanyaan terkait pengetahuan produk. Bagian 3 terdiri dari 5 (lima) pertanyaan terkait persepsi manfaat produk. Bagian 4 terdiri dari 5 (lima) pertanyaan terkait persepsi kemudahan penggunaan produk. Bagian 5 terdiri dari 4 (empat) pertanyaan terkait risiko. Bagian 6 terdiri dari 5 (lima) pertanyaan terkait persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik. Pada bagian 2-7 pertanyaan dijawab dengan skala likert 7 poin dengan keterangan bahwa 1= Sangat Tidak Setuju (STS); 2 = Tidak Setuju (TS); 3 = Agak Tidak Setuju (ATS); 4 = Cukup Setuju (CS); 5 = Agak Setuju (AS); 6 = Setuju (S); dan 7 = Sangat Setuju (SS). Penelitian ini menargetkan 90 responden berdasarkan *convenience sampling technique* dimana terkumpul 99 responden dan dilakukan *outlier* pada data ekstrem sehingga didapat jumlah kuesioner sebagai berikut:

Tabel 4.1 Pendistribusian Kuesioner

Keterangan	Jumlah Kuesioner
Distribusi Kuesioner	99
Data <i>outlier</i>	26
Kuesioner yang dapat diolah	72
Sumber: Olahan Penulis, 2020	

Data responden perlu dilakukan *outlier* dikarenakan data-data tersebut terlalu menyimpang jika dibandingkan dengan rangkaian data lainnya dan membuat data menjadi bias atau tidak mencerminkan fenomena yang sebenarnya. Adapun karakteristik demografi

responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 (tiga) kategori yang terdiri dari usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan terakhir responden yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Demografi Responden

Variabel	Klasifikasi Variabel	Jumlah Responden	Presentase
Usia	16-25 Tahun	52	72.22%
	25-35 Tahun	9	12.50%
	> 35 Tahun	11	15.28%
Total		72	100%
Jenis Kelamin	Laki-laki	21	29.17%
	Perempuan	51	70.83%
Total		72	100%
Tingkat Pendidikan	< S1	26	36.11%
	S1	42	58.33%
	S2	4	5.56%
	S3	0	-
Total		72	100%

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini mayoritas berusia 16-25 tahun yaitu sebanyak 52 Responden. Kemudian, responden didominasi oleh Perempuan yaitu sebanyak 51 Responden. Sedangkan jika ditinjau dari tingkat pendidikan, lebih banyak responden dengan latar belakang pendidikan Strata I (S1) yaitu sebanyak 42 responden.

4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Validitas

Sebagai tahap awal, dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah setiap konsep pertanyaan dalam kuesioner dapat mengukur variabel dengan tepat dan sejauh mana data yang terkumpul valid. Uji ini dilakukan dengan membandingkan korelasi R_{hitung} dan R_{tabel} antar variabel menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% yang dimana data diolah menggunakan program SPSS 21. Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.3 Uji Validitas

No	Indikator	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
1	PP1	0.524	0.227	Valid
2	PP2	0.619	0.227	Valid
3	PP3	0.772	0.227	Valid
4	PP4	0.676	0.227	Valid
5	PP5	0.611	0.227	Valid
6	M1	0.646	0.227	Valid
7	M2	0.530	0.227	Valid
8	M3	0.377	0.227	Valid
9	M4	0.791	0.227	Valid
10	M5	0.565	0.227	Valid
11	K1	0.559	0.227	Valid
12	K2	0.642	0.227	Valid
13	K3	0.575	0.227	Valid
14	K4	0.628	0.227	Valid
15	K5	0.705	0.227	Valid
16	Rs1	0.770	0.227	Valid
17	Rs2	0.544	0.227	Valid
18	Rs3	0.697	0.227	Valid
19	Rs4	0.749	0.227	Valid
20	UPEPS1	0.610	0.227	Valid
21	UPEPS2	0.681	0.227	Valid
22	UPEPS3	0.713	0.227	Valid
23	UPEPS4	0.682	0.227	Valid
24	UPEPS5	0.518	0.227	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang terdapat di kuesioner dinyatakan valid karena seluruh indikator memiliki nilai R_{Hitung} lebih tinggi dari R_{Tabel} dengan nilai 0.227 yang didapatkan dari N sebanyak 72 responden.

Uji Reliabilitas

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukuran variabel yaitu dengan melihat nilai koefisien *Cronbach's Alpha*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AVG_PP	24.80	3.478	.668	.779
AVG_M	24.79	3.623	.609	.796
AVG_K	24.86	3.347	.762	.751
AVG_RS	24.98	3.352	.608	.801
AVG_UPEPS	24.68	4.131	.485	.828

Sumber : Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6 yang berarti seluruh indikator variabel penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data penelitian telah terdistribusi normal atau belum. Data dikatakan normal jika nilai Asymp. Sig > 0.05. Hasil uji normalitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.43114149
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.052
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.552
Asymp. Sig. (2-tailed)		.921

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan memiliki nilai Asymp. Sig sebesar 0.921 > 0.05 yang berarti data residual telah terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Dalam hal mendeteksi masalah multikolinearitas, maka dilakukan analisis pada korelasi antar variabel. Data dikatakan lolos masalah multikolinearitas jika nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10 . Hasil uji multikolinearitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pengetahuan Produk	0.465	2.151
Manfaat	0.528	1.896
Kemudahan Pengguna	0.341	2.934
Risiko	0.680	1.471

Sumber : Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian lolos dari masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Penelitian ini melakukan uji heterokedastisitas dengan metode uji spearman untuk mengetahui apakah model regresi mengandung nilai residu dan varian yang tidak sama untuk semua pengamatan. Model penelitian dikatakan lolos masalah heterokedastisitas apabila nilai sig. > 0.05 . Hasil uji heterokedastisitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	.616	.406		1.518	.134	
1	AVG_PP	-.014	.079	-.030	-.172	.864
	AVG_M	.120	.076	.258	1.589	.117
	AVG_K	-.147	.094	-.315	-1.556	.124
	AVG_RS	-.008	.058	-.020	-.142	.888

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai sig lebih kecil 0.05 sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak mengandung masalah heterokedastisitas.

4.3. Analisis Hasil

Analisis Persamaan Regresi

Selanjutnya disajikan hasil dari analisis persamaan regresi penelitian yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Analisis Persamaan Regresi

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.511	.650		5.401	.000
AVG_PP	.056	.127	.068	.440	.661
AVG_M	.023	.121	.027	.190	.850
AVG_K	.141	.151	.168	.932	.355
AVG_Rs	.244	.092	.337	2.644	.010

a. Dependent Variable: AVG_UPEPS

Sumber : Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.8 maka dapat dijelaskan persamaan regresi penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{UPEPS} = 3.511 + 0.056\text{PP} + 0.023\text{M} + 0.141\text{K} + 0.244\text{Rs} + e \dots\dots\dots$$

Uji t (Parsial)

Uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah secara individual variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel idependen. Intepretasi yang dapat dijelaskan berdasarkan hasil analisis persamaan regresi pada Tabel 4.8 di atas antara lain :

- 1) Variabel PP memiliki nilai sig. sebesar 0.661 > 0.05 menunjukkan hasil tidak signifikan. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama ditolak dimana Pengetahuan Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*
- 2) Variabel M memiliki nilai sig. sebesar 0.850 > 0.05 menunjukkan hasil tidak signifikan. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua ditolak

dimana Persepsi Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*

- 3) Variabel K memiliki nilai sig. sebesar $0.355 > 0.05$ menunjukkan hasil tidak signifikan. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga ditolak dimana Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*
- 4) Variabel Rs memiliki nilai sig. sebesar $0.010 < 0.05$ menunjukkan hasil signifikan. Sehingga dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis keempat diterima dimana Persepsi Risiko berpengaruh positif signifikan terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*. Hasil ini dapat diasumsikan jika resiko naik, maka penggunaan *E-Payment* akan naik juga. Hal ini sejalan dengan penggunaan teknologi informasi yang lebih berisiko dibandingkan dengan sistem manual, sehingga akan meningkatkan penggunaan *E-Payment* karena akan memberi *return* yang lebih tinggi kepada pengguna dan penyedia jasa. Sebaliknya jika resiko turun, maka penggunaan *E-Payment* akan turun, Hal ini sejalan dengan pernyataan diatas. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Abraham, 2016) yang mengatakan bahwa risiko akan timbul pada penggunaan layanan mobile.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R-Square*)

Tabel 4.9 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.260	.216	.444

a. Predictors: (Constant), AVG_KP, AVG_PP, AVG_M, AVG_Rs, AVG_K

Sumber : Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan nilai Adjusted R-Square sebesar 0.216 yang dimana dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel independen yang terdapat pada penelitian ini hanya menjelaskan variabel dependen sebesar 21.6% , dimana 78.4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain variabel yang belum diteliti.

Uji Kelayakan Model

Tabel 4.10 Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.642	4	1.160	5.891	.000 ^b
	Residual	13.198	67	.197		
	Total	17.839	71			

a. Dependent Variable: AVG_UPEPS

b. Predictors: (Constant), AVG_RS, AVG_M, AVG_PP, AVG_K

Sumber : Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukkan nilai sig. sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara pengetahuan produk, persepsi manfaat, kemudahan pengguna dan persepsi risiko terhadap Persepsi Penggunaan *E-Payment*, sehingga dapat disimpulkan model penelitian ini layak.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa persepsi risiko dapat mempengaruhi Persepsi Penggunaan *E-Payment*. Sebagaimana dijelaskan (Abraham, 2016) pengguna layanan *mobile* memiliki kemungkinan menghadapi risiko. Oleh karena itu, sebagai pengguna harus terlebih dahulu mengetahui fitur-fitur maupun kegunaan atas layanan *e-payment* yang digunakan serta lebih berhati-hati sebelum memasukan data pribadi dalam sistem sebagai langkah untuk memitigasi risiko seperti kegagalan sistem pembayaran dan pencurian data pengguna. Disisi lain dalam meminimalisir risiko yang mungkin timbul, perusahaan penyedia layanan *e-payment* baiknya melakukan pengecekan sistem informasi dan sistem keamanan secara berkala dan terus meningkatkan keandalan jaringan dari waktu ke waktu. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai regulator Fintech di Indonesia telah memberlakukan persyaratan yang ketat dalam penerbitan ijin *E-Payment* di Indonesia, hal ini berdampak pada pencabutan ijin beberapa fintech yang tidak memenuhi persyaratan OJK.

KESIMPULAN

5.1.Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain:

- 1) Tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan produk dengan persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik yang berarti hipotesis pertama ditolak. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian (Melindasari dan Nasir, 2012) dan (Kim, Mirusmonov dan Lee, 2010).
- 2) Tidak terdapat pengaruh antara persepsi manfaat dengan persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik yang berarti hipotesis kedua ditolak. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian (Priyono, 2017), (Kim et al., 2009) dan (Priambodo & Prabawani, 2016).
- 3) Tidak terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan pengguna dengan persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik yang berarti hipotesis ketiga ditolak. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian (Phonthanukitthaworn, 2016).
- 4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi risiko dengan persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik, yang berarti hipotesis keempat diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Abrahamo, 2016) yang mengatakan bahwa risiko akan timbul pada penggunaan layanan *mobile*.

5.2.Keterbatasan dan Saran

Namun, tidak dipungkiri bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan saran dalam hal:

- 1) Jumlah responden masih relatif sedikit, sehingga saran penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak jumlah responden.
- 2) Variabel independen penelitian ini mempengaruhi 21.6% variabel dependen, sedangkan sisanya 78.4% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya, sehingga saran penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi penggunaan E- Payment, seperti: kelemahan produk, kepercayaan, mobilitas, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayo, C. K., & Ukpere, W. I. (2010). Design of a secure unified e-payment system in Nigeria: A case study. *African Journal of Business Management*, 4(9), 1753–1760.
- Abraham et al. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista de administracao e inovacao*, 13 (2016) 221-230
- Cania, S. C. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan GoPay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi GoJek*.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi analisis multivariat dengan program SPSS*. Semarang : BP Undip. Semarang.
- Hall, J. A. (2016). *Accounting Information System* (9th ed.). USA: Cengage Learning Boston.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis* (6th ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2009). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computer in Human Behavior*, 26(3), 310–322.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84–95.
- Langelo, A. S. E. (2013). Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Perceived Risk Impact To Lecturers ' Internet Banking Adoption. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen*,
- Melindasari, D., dan Nasir, M. 2012. Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk XCLOUD (case Study Produk XCLOUD pada PT. XL AXIATA Tbk). Working Paper.
- Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C., dan Fong, M. W. L. 2016. "An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand." *Asia-Pacific Journal of Business Administration* 8(1): 37–54. <https://doi.org/10.1108/APJBA-10-2014-0119>.
- Pratiwi, D. F., & Dewi, C. K. (2018). Factors (Benefits, Trust, Self-Efficacy, Ease of Use, Security) Affecting Consumer's Perception on E-Money in Indonesia (Study on The Use of E-Money Mandiri, BCA, BNI, BRI). *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, 2(2), 18–26.
- Priyono, A. 2017. "Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay." *Jurnal Siasat Bisnis* 21(1): 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>.

- Romney, & Steinbart. (2008). *Accounting Information System* (11th ed.). Prentice Hall Business.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : a Skill Building Approach* (7th ed., p. 447). Wiley.
- Sumanjeet, S. (2009). Emergence of Payment in The Age of Electronic Commerce: The State of Art. *Global Journal of International Business Research*.
- S. Priambodo, and B. Prabawani, "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 127-135, Mar. 2016.
- Teoh, W. M.-Y., Chong, S. C., Lin, B., & Chua, J. W. (2013). Factors Affecting Consumers Perception of Electronic Payment: an Empirical Analysis. *The International Journal of Logistics Management*, 23(4), 465–485.