

Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Minat Penggunaannya di Kota Padang

Cut Muthia Kesuma Hayati¹, Nurul Fauzi², Ferdawati³

¹ Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, cutmuthia16@gmail.com

² Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, nurulfauzi@pnp.ac.id

³ Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, ferdawati@pnp.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Kata kunci:
Financial Technology,
Usefulness,
Ease of Use,
Intention to Use

Received : 8 Desember 2021

Accepted : 8 Desember 2021

Published : 1 Juni 2022

ABSTRAK

Masyarakat sudah banyak yang menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-harinya, seperti melakukan transfer dari jarak jauh dan membeli sesuatu melalui *online shop*. Hal ini disebut dengan teknologi keuangan atau *financial technology*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *financial technology* di Kota Padang. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang berfokus pada dua faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *financial technology* yaitu faktor persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Data yang terkumpul dari 16 pertanyaan kuesioner kemudian diolah menggunakan SPSS 21. Penelitian ini menggunakan 175 orang responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech* di Kota Padang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *fintech* di Kota Padang.

Pendahuluan

Di era sekarang ini secara tidak langsung orang-orang sudah banyak menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, seperti melakukan transfer melalui *e-banking* dan membeli sesuatu melalui *online shop*. Hal ini disebut dengan teknologi keuangan atau *fintech*. *Fintech* sendiri merupakan singkatan dari *financial technology* yang seterusnya disebut *fintech*. *Fintech* menurut Bank Indonesia (2019) merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi modern, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dalam hitungan detik saja.

Penelitian yang dilakukan oleh Immawati & Dadang (2019) telah mengungkapkan bahwa semakin banyak manfaat yang diperoleh dan dirasakan dalam penggunaan *fintech* maka semakin meningkatkan minat konsumen untuk menggunakannya, begitu pula sebaliknya. *Fintech* muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh pengguna teknologi informasi yang menjadi tuntutan hidup yang serba cepat. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahma (2018) menyatakan bahwa masyarakat sudah mulai tertarik untuk menggunakan *fintech* dilihat dari pemaparan 10 informan, 9 diantaranya sudah memanfaatkan atau menggunakan layanan *fintech* dengan kategori sistem pembayaran digital.

Fintech membantu sistem pembayaran pada transaksi jual beli yang menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif. Sehingga para pengguna *fintech* merasakan keuntungan dan kemudahan dalam penggunaannya. Umumnya layanan *fintech* digunakan oleh orang yang memiliki kemampuan yang memadai mengenai komputer. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suyanto & Kurniawan (2019) yang menyatakan bahwa kemampuan menggunakan komputer berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *fintech*. Dari yang kita ketahui bahwa keseharian kita juga tidak terlepas dari perkembangan teknologi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan beberapa referensi penelitian terdahulu mengenai permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan *fintech* yang berjudul "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Minat Penggunaannya di Kota Padang". Penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. Faktor TAM yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi

kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua faktor tersebut merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilaku dan minat penggunaan (*behavioral intention to use*) terhadap sebuah teknologi.

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya, sedangkan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Kedua faktor tersebut berpengaruh terhadap minat menggunakan (*behavioral intention to use*) *fintech* yang didefinisikan sebagai kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan sebuah teknologi atau layanan *fintech*. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *fintech* di Kota Padang

H₂ : Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *fintech* di Kota Padang

H₃ : Terdapat pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap minat penggunaan *fintech* di Kota Padang

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Padang pada bulan September 2021. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan statistik deskriptif. Variabel independen pada penelitian ini adalah persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sedangkan variabel dependen adalah minat penggunaan (*behavioral intention to use*). Data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan survei melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat di Kota Padang. Teknik penentuan sampel adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Ghazali (2013) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Perhitungan untuk mengetahui jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Cochran adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p = Peluang Benar 50%

q = Peluang Salah 50%

e = *Margin of error* tingkat kesalahan maksimum yang dapat di tolerir

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai z sebesar 1,96 dan nilai e 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 97 responden. Teknik pengumpulan data adalah teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Dari data kuesioner yang telah dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 20. Teknik analisis data dalam penelitian ini melalui uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya berdistribusi secara normal atau tidak normal. Sebuah model regresi dikatakan normal apabila nilai signifikannya >0,05. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Multikolinearitas yaitu antar variabel independen tidak boleh berkorelasi diatas 90%. Uji multikolinearitas ditentukan berdasarkan nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat nilai signifikan dari hasil uji glejser. Pada sebuah model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikannya >0,05 (Ghozali, 2013).

Uji hipotesis terdiri dari analisis regresi linear berganda, koefisien determinan (R²), uji T (parsial), dan uji F (simultan). Persamaan yang digunakan dalam analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Minat penggunaan

a = Harga konstan

b₁ = Koefisien regresi persepsi manfaat

X₁ = Variabel persepsi manfaat

b₂ = Koefisien regresi kemudahan penggunaan

X₂ = Variabel kemudahan penggunaan

Koefisien determinan (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Besar nilainya berkisar antara 0-1, semakin mendekati angka 1 maka semakin besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Uji hipotesis dengan uji T (parsial) digunakan untuk menunjukkan apakah secara individual variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Uji F (simultan) digunakan untuk menunjukkan apakah secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2013).

Hasil dan Pembahasan

Uji Analisis Deskriptif

Dilihat dari data yang telah diperoleh dan diolah dari 175 responden, berdasarkan jenis kelamin terdapat 73% atau sebanyak 128 responden berjenis kelamin wanita dan 27% atau sebanyak 47 responden berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan umur, terdapat responden dengan umur 17-23 tahun sebesar 81% atau sebanyak 142 responden, umur lebih dari 40 tahun sebesar 6% atau sebanyak 10 responden, umur 24-30 tahun sebesar 6% atau sebanyak 11 responden, umur <17 tahun sebesar 4% atau sebanyak 6 orang, dan umur 31-40 tahun sebesar 3% atau sebanyak 6 responden. Berdasarkan asal kecamatan, mayoritas responden berasal dari kecamatan Pauh sebesar 34% atau sebanyak 59 responden, diikuti dengan asal kecamatan dari Lubuk Kilangan sebesar 24% atau sebanyak 42 responden, sedangkan yang plaing sedikit berasal dari Padang Selatan sebesar 1% atau 1 orang responden. Sisanya kurang dari 10%. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden adalah mahasiswa sebesar 76% atau sebanyak 133 responden, karyawan swasta/BUMN sebesar 10% atau sebanyak 17 orang, sisanya kurang dari 10%. Berdasarkan pendidikan terakhir, tingkat pendidikan SMA sebesar 66% atau sebanyak 115 responden, D3 sebesar 11% atau sebanyak 20 responden, S1 sebesar 10% atau sebanyak 18 responden, S2 sebesar 6% atau sebanyak 11 responden, S3 sebesar 1% atau sebanyak 1 responden, SMK sebesar 5% atau sebanyak 9 responden, dan SMP sebesar 1% atau sebanyak 1 responden. Berdasarkan lama menggunakan *fintech*, responden yang menggunakan *fintech* <1 tahun sebesar 54% atau sebanyak 95 responden, 1-3 tahun sebesar 26% atau sebanyak 45 responden, dan >3 tahun sebesar 20% atau 35 responden. Berdasarkan jenis *fintech* yang digunakan, responden paling banyak menggunakan jenis *fintech* pembayaran digital/*Payment, Clearing and Settlement* sebanyak 145 responden. Sebanyak 157 responden mengaku tidak pernah menggunakan jenis *fintech e-aggregator*.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,128 dengan nilai >0,05 maka data penelitian dapat dikatakan berdistribusi secara normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,128

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* adalah 0,478 atau >0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah 2,091 atau <10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Colinearity Statistics	
	Toerance	VIF
Persepsi Manfaat (X1)	0,478	2,091
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,478	2,091

Uji Heteroakedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan uji glejser menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk variabel persepsi manfaat adalah 0,124 atau >0,05, dan untuk variabel kemudahan penggunaan adalah 0,219 atau >0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Glejser

Variabel	Signifikan
Persepsi Manfaat (X1)	0,124
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,219

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diketahui nilai konstanta adalah 0,546. Untuk nilai koefisien regresi persepsi manfaat adalah sebesar 0,168, dan nilai koefisien regresi kemudahan penggunaan adalah 0,434. Sehingga persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 0,546 + 0,168X_1 + 0,434X_2$$

Dari hasil uji analisis regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh lebih besar terhadap minat penggunaan karena memiliki nilai beta paling tinggi yaitu sebesar 43,3% dibandingkan dengan variabel persepsi manfaat. Meskipun begitu variabel persepsi manfaat juga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Hasil perhitungan regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 21 menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B
(Constant)	0,546
Persepsi Manfaat (X1)	0,168
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,434

Koefisien Determinan

Berdasarkan dari tabel dibawah ini menunjukkan bahwa nilai R yang didapatkan adalah sebesar 0,549 atau 54,9%, maka kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen cukup besar. Sebesar 45,1% terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi penggunaan *fintech* yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 5. Koefisien Determinan

Model	Adjusted R Square
1	0,549

Uji T (Parsial)

Berdasarkan uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai t untuk variabel persepsi manfaat (X₁) adalah 2,885 dengan nilai signifikan 0,004 atau <0,05. Nilai t untuk variabel kemudahan penggunaan (X₂) adalah 7,835 dengan nilai signifikan 0,000 atau <0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahril & Rikumahu (2019) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juhri & Dewi (2017) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan. Dan kemudahan penggunaan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahril & Rikumahu (2019) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juhri & Dewi (2017) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan.

Tabel 6. Uji T (Parsial)

Hipotesis	t	Sig.	Keterangan
H ₁ : X ₁ => Y	2,885	0,004	Diterima
H ₂ : X ₂ => Y	7,835	0,000	Diterima

Uji F (Simultan)

Berdasarkan uji F (simultan) menunjukkan bahwa nilai F adalah sebesar 107,055 dengan nilai signifikan 0,000 atau <0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahril & Rikumahu (2019) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.

Tabel 7. Uji F (Simultan)

Hipotesis	F	Sig.	Keterangan
H ₃ : X ₁ +X ₂ => Y	107,055	0,000	Diterima

Simpulan dan Saran

Penelitian mengenai minat penggunaan layanan *fintech* ini dilakukan kepada pengguna *fintech* di Kota Padang sebanyak 175 responden. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan hasil uji T (parsial), persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan secara individual terhadap minat penggunaan layanan *fintech*. Berdasarkan hasil uji T (parsial), kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech*. Berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama atau uji F (simultan), persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan adapun saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya. Diharapkan tidak hanya menggunakan metode dan teori yang ada dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode kualitatif dengan landasan teori *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Selain itu perlu adanya penambahan variabel lain. Hal ini berkaitan dengan hasil koefisien determinan yang menunjukkan bahwa sebanyak 45.1% terdapat faktor lain yang mempengaruhi minat penggunaan layanan *fintech*. Penambahan variabel seperti persepsi risiko, jaringan internet, dan kemampuan menggunakan komputer.

Referensi

- Ghozali, I. (2013). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*.
- Immawati, S. A., & Dadang. (2019). MINAT MASYARAKAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) DI KOTA TANGERANG. *Simposium Nasional Multidisplin (SinaMu)*, 1. Indonesia, B. (2019). *Bicara Tips Fintech*. 132.
- Juhri, K., & Dewi, C. K. (2017). Kepercayaan Dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash Di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Pro Bisnis*, 10(1), 36–51.
- Rahma, T. I. F. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech). *AT-Tawassuth*, 3(1), 184–203. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v3i1.1704>
- Suyanto, & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika*, 16(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214. <https://doi.org/https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.201>