

## Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Pengguna *Financial Technology* Berdasarkan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

*The Effect of Perceived Ease of Use on User Interest of Financial Technology Based on Technology Acceptance Model (TAM) Theory*

**Yasmin Az Zahra Syam**

Program Studi D3 Akuntansi, Politeknik Negeri Bandung

E-mail: yasmin.az.akun18@polban.ac.id

**Riauli Susilawaty Hutapea**

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bandung

E-mail: Riauli.susilawati@polban.ac.id

---

**Abstract:** *The emergence of financial technology or Fintech provides many benefits and conveniences. One of them is digital payment systems such as Go-Pay, OVO and DANA that make the transaction process easier. In using a technology requires the interest of the user. Determine the effect of perceived ease of use on the interest of Fintech users by using the TAM theory approach is the purpose of this study. The research sample is 110 respondents of Fintech users in Garut City. Simple linear regression analysis is used in data analysis techniques. The results of the study stated that ease of use had a positive and significant effect on the interest of Fintech users in Garut City with a large influence of 69.1%.*

**Keywords:** *Financial Technology, Technology Acceptance Model, Perceived ease of use, Interest*

---

### 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini memberikan pengaruh positif terhadap berbagai sektor. Salah satunya sektor perekonomian. Hal ini ditandai dengan munculnya teknologi keuangan atau *financial technology* yang disebut *Fintech*. *Fintech* merupakan sebuah inovasi pada sektor keuangan dengan sentuhan teknologi. *Fintech* memberikan banyak solusi dan kemudahan yang dianggap menguntungkan bagi pelanggan maupun penyedia barang atau jasa. Salah satu kemudahan yang ditawarkan oleh *Fintech* ialah sistem pembayaran secara digital yang disebut *Fintech payment*, pembayaran dilakukan secara *cashless* atau tanpa menggunakan instrumen kertas seperti uang tunai.

Dengan bergesernya tren teknologi, beberapa usaha mengubah bisnisnya menjadi bisnis yang berorientasi pada teknologi yang disebut *e-commerce*. Saat ini *global e-commerce* telah berubah menjadi *localization e-commerce*. Hal ini dapat mempermudah berbagai Negara untuk mengakses situs web bisnis sesuai dengan paradigm budaya masing-masing Negara seperti bahasa, konten, format waktu dan tanggal serta gambar. Adanya perkembangan strategi *e-commerce* ini berdampak pada masyarakat di Indonesia termasuk di kota kecil yaitu Kota Garut sehingga masyarakatnya membutuhkan *Fintech* sebagai sarana utama untuk melakukan transaksi pada *e-commerce*. Bahkan pemerintah pun mendukung untuk mewujudkan *cashless society*. Bupati Garut, Rudy Gunawan (2021) “menginstruksikan Badan Pendapatan Daerah Garut agar menyediakan *barcode* di beberapa tempat

dengan harapan dapat mempermudah proses transaksi dan menjadikan Kota Garut lebih maju dalam hal pemanfaatan teknologi”. Hal ini berarti di Kota Garut sendiri penggunaan *Fintech* masih belum melekat pada kehidupan sehari-hari masyarakatnya.

Dalam menerima atau menggunakan sebuah teknologi salah satunya *Fintech*, dibutuhkan adanya minat dari pengguna. Minat menggunakan sebuah teknologi dikembangkan oleh Fred Davis tahun 1996 dalam teori “*Technology Acceptance Model*” atau TAM. Persepsi kemudahan penggunaan adalah salah satu variabel yang dapat memberikan pengaruh pada minat pengguna *Fintech*. Apabila masyarakat telah merasakan manfaat dari kemudahan dalam menggunakan *Fintech* maka akan timbul minat sehingga masyarakatnya beralih menggunakan *Fintech* sebagai alat pembayaran.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Menurut Jogiyanto (2007) “TAM merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai”. Awal mulanya Davis mengembangkan *Theory of Reasoned Action* atau TRA menjadi teori TAM. Persepsi kebermanfaatan dan Persepsi kemudahan penggunaan merupakan konstruk yang ditambahkan oleh Davis ke dalam teori TRA, yang kemudian disebut dengan TAM. Kedua konstruk tersebut secara langsung dapat memberikan pengaruh pada minat seseorang dalam menerima dan menggunakan suatu teknologi.

### 2.2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis (1986) “Kemudahan penggunaan diartikan sebagai suatu keadaan yang membuat seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem informasi tidak diperlukan usaha apapun atau dengan kata lain teknologi tersebut mudah digunakan oleh pengguna”. Menurut Nasri dan Charfeddine (2012) “Persepsi kemudahan penggunaan merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu sistem baru dapat dengan mudah digunakan dan dipahami”. Menurut Davis “indikator persepsi kemudahan penggunaan diantaranya: *easy to learn, clear and understandable, flexible, easy to become skillful, easy to use, controllable*”.

### 2.3. Minat

Menurut Slameto (2003) Minat adalah ketertarikan atau rasa suka terhadap sesuatu hal ataupun aktivitas, tanpa orang lain menyuruhnya. Menurut Walgito (2010) Minat didefinisikan sebagai kondisi yang membuat seseorang memiliki rasa perhatian ingin untuk mempelajari ataupun membuktikan sesuatu hal. Indikator minat menurut Walgito, diantaranya: ketertarikan pada objek, perasaan senang dan kecenderungan.

### 2.4. *Financial Technology*

“*Financial Technology* atau *Fintech* adalah teknologi untuk memberikan solusi keuangan”. Menurut *The National Digital Research Center* “*Fintech* ialah suatu inovasi pada sektor finansial sebagai sebuah inovasi layanan dalam lembaga keuangan *non bank* yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat untuk menjangkau konsumennya”. Bank Indonesia mendefinisikan “*Fintech* ialah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, data atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran”.

### 2.5. *Localization E-commerce*

*Localization e-commerce* merupakan proses menerjemahkan profil perusahaan, deskripsi produk, konten, gambar ke dalam bahasa target pengguna dengan akurasi budaya. Dengan strategi pelokalan ini dapat menjangkau pengguna baru dari seluruh dunia. Tanpa strategi ini bisnis tidak akan masuk pasar global. Manfaat lain dari *localization e-commerce* antara lain: membangun loyalitas pengguna, meningkatkan layanan pengguna dan meningkatkan pendapatan.

### 3. Metode Penelitian

Menurut Nazir (2014) “Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang”. Pendekatan kuantitatif berarti data yang diperoleh dan diolah berupa angka. Masyarakat pengguna *Fintech* di Kota Garut merupakan populasi dari penelitian ini. Rumus *unknown population* digunakan untuk menentukan banyaknya sampel karena populasi tidak dapat diketahui sehingga didapat sampel sebanyak 110 responden. Metode *purposive sampling* digunakan dalam teknik pengambilan sampel. Sumber data menggunakan kuesioner.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### 4.1. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk menguji setiap item atau butir pernyataan pada kuesioner dapat menjelaskan sesuatu yang dapat diukur atau tidak. Dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS didapatkan hasil  $r_{hitung}$  lebih dari  $r_{tabel}$ . Dapat disimpulkan bahwa setiap item atau butir pernyataan dari kuesioner dapat dikatakan valid.

#### 4.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2005) “Uji reliabilitas merupakan salah satu alat uji untuk mengukur konsistensi suatu alat ukur apabila pengukuran tersebut dilakukan secara berulang”.

**Tabel 1.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Item	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0,964	18	Reliabel
Minat	0,928	9	Reliabel

Berdasarkan tabel. 1 hasil uji reliabilitas dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu SPSS dapat disimpulkan bahwa data dikatakan reliabel karena jawaban dari responden memiliki konsistensi saat item pernyataan dilakukan secara berulang.

#### 4.3. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) “Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal”.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	110
Normal Parameters Mean	0,000
Std. Deviation	3,3477
Absolute	0,083
Positive	0,082
Negative	-0,083
Test Statistic	0,083
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,058

Berdasarkan tabel 2 hasil uji normalitas dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu SPSS dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal, nilai signifikansi menunjukkan lebih besar dari 0,05.

#### 4.4. Uji Linieritas

Menurut Sugiyono (2013) “Uji linieritas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linier atau tidak secara signifikan”.

Tabel 3. Hasil Uji Linieritas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Kemudahan Penggunaan	Between Groups	3102,590	27	114,911	11,107	0,000
	Linearity	2729,285	1	2729,285	263,814	0,000
	Deviation from Linearity	373,305	26	14,358	1,388	0,134
	Within Groups	848,329	82	10,345		
	Total	3950,918	109			

Berdasarkan tabel 3 tersebut dapat diketahui bahwa nilai *deviation from linearity* > 0,05. Hal ini disimpulkan bahwa terdapat hubungan yg linier antara persepsi kemudahan penggunaan dengan minat pengguna *Fintech*.

#### 4.5. Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	4,705	2,105		2,235	0,027
Kemudahan Penggunaan	0,423	0,027	0,831	15,533	0,000

Berdasarkan tabel 4 hasil uji regresi linier sederhana dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS didapat persamaan  $Y=4,705+0,423X$ . Persamaan tersebut dapat diartikan bahwa nilai konsisten minat adalah sebesar 4,705 dan nilai koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,423 yang artinya nilai minat akan bertambah sebesar 0,423 apabila ada penambahan 1 nilai persepsi kemudahan penggunaan. Arah pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat dikatakan positif karena nilai koefisien regresinya bernilai positif.

#### 4.6. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap variabel minat adalah tujuan dari dilakukannya uji koefisien determinasi.

**Tabel 5.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,831	0,691	0,688	3,3363

Berdasarkan tabel 5 tersebut diketahui nilai  $R^2$  sebesar 0,691. Artinya 69,1% minat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

#### 4.7. Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Uji parsial atau uji-t bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap variabel minat. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

**Tabel 6.** Hasil Uji Hipotesis (Uji-t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	4,705	2,105		2,235	0,027
Kemudahan Penggunaan	0,423	0,027	0,831	15,533	0,000

Perumusan hipotesis:

$H_0$  : Persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pengguna *Fintech*.

$H_1$  : Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pengguna *Fintech*.

Berdasarkan tabel hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji-t atau disebut juga uji parsial, diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05. Maka disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pengguna *Fintech*.

#### 4.8. Pembahasan

Berdasarkan hasil yang didapat, diketahui bahwa *Fintech* diminati karena kemudahan penggunaannya. Hal tersebut didukung oleh data lapangan pada hasil pengisian kuesioner terhadap item pernyataan persepsi kemudahan penggunaan, dimana rata-rata responden memberikan jawaban setuju. Indikator *Flexible* merupakan prediktor yang paling kuat pengaruhnya terhadap minat pengguna *Fintech*. Penggunaan *Fintech* dapat menghemat waktu penggunaannya karena transaksi bisa dilakukan kapan dan dimana saja alias fleksibel. Hal inilah yang perlu dipertahankan oleh pihak aplikator agar menarik minat masyarakat untuk menggunakan *Fintech* sebagai alat pembayaran. Sedangkan indikator *easy to become skillful* merupakan prediktor yang tergolong lemah. Hal ini harus menjadi perhatian bagi pihak aplikator untuk lebih memperhatikan lagi aspek kemudahan penggunaan *Fintech* karena sebagian responden merasa sulit untuk menjadi terampil dalam menggunakan *Fintech*.

Terbuktinya hipotesis di atas memiliki hasil yang sama dengan penelitian Fahmy (2020) dengan hasil penelitian “persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku konsumen dalam menggunakan fitur Go-pay di Bandung”. Terdapat hasil yang serupa pula dengan penelitian Abrilia dan Sudarwanto (2020) hasil penelitiannya ialah bahwa “kemudahan memberi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA di Surabaya”. Hasil serupa pula terbukti dalam penelitian Joan dan Sitanjak (2019), “persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-pay”. Ketiga kota tersebut diantaranya, Bandung, Surabaya dan Jakarta merupakan kota besar sehingga masyarakatnya sudah tidak asing dengan penggunaan teknologi seperti *Fintech*.

Dilihat dari besarnya pengaruh yang cukup tinggi yaitu 69,1% dapat diartikan bahwa Kota Garut berpotensi mengimbangi laju perkembangan teknologi seperti di kota-kota besar. Hal ini juga dituturkan oleh Bupati Garut, Rudy Gunawan (2021) “Pemerintah pusat berdasarkan keputusan Presiden Republik Indonesia menetapkan Kabupaten Garut, Jawa Barat menjadi tuan rumah Festival Ekonomi dan Keuangan Digital Indonesia (FEKDI) dalam rangka percepatan dan perluasan digitalisasi daerah”.

#### 5. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan yaitu:

1. *Fintech* dinilai mampu memberikan kemudahan dalam penggunaannya. Hal ini didukung oleh indikator yang nilainya paling tinggi yaitu *flexible*.
2. *Fintech* dinilai mampu menarik minat masyarakat pengguna *Fintech*. Hal ini didukung oleh indikator yang paling kuat yaitu ketertarikan pada objek minat.
3. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna *Fintech* sebesar 69,1%.

#### Daftar Pustaka

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Bank Indonesia. (2020). *Mengenal Finansial Teknologi*. Retrieved from [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Davis, Fred. (1986). A Technology acceptance model for empirically testing new-end user information systems: Theory and Result. *Unpublished Ph.D. Dissertation, Sloan: Sloan School of Management, Massachusetts Institutur of Technology (MIT)*.
- Fahmy, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap

Niat Berperilaku Konsumen Dalam Menggunakan Fitur Go-Pay Di Bandung. *E-Proceeding of Management*.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jogiyanto. (2007). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi.

Nasri, W., & Charfeddine, L. (2012). An Exploration of Facebook.Com Adoption in Tunisia Using Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Reasoned Action (TRA). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*.

Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.