
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pengguna E-Payment (Studi Empiris Terhadap Pengguna Gopay Dan OVO Di DKI Jakarta Dan Depok)

Tania Novalianti

STIE Indonesia Banking School
novaliantitania@gmail.com

Bani Saad

STIE Indonesia Banking School
Bani.saad@ibs.ac.id

Abstract

This research was aimed to analyze the factors that influence the perception of e-payment. The object of this research is customers Gopay & OVO, located in DKI Jakarta & Depok. This research has 112 respondents. This research using primary data, & collecting data using google form with convenience sampling & purposive sampling methods. Result of this research showing that Perceived ease to use & Perceived of Usefulness has a positive and significant effect to User Perceptions of Electronic Payment System, while trust & security doesn't have a significant effect to User Perceptions of Electronic Payment System

Keywords: Perceived Ease to Use, Perceived of Usefulness, Trust, Security, Gopay, OVO, Electronic Payment System, Point of Sale

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi persepsi penggunaan e-payment. Objek penelitian ini adalah para pengguna Gopay dan OVO yang berlokasi di DKI Jakarta dan Depok. Penelitian ini dilakukan terhadap 112 responden, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan pengumpulan data digunakan menggunakan kuesioner melalui Google Form dengan metode convenience sampling dan purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan & persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap persepsi pengguna dalam menggunakan e-payment sedangkan kepercayaan & keamanan tidak berpengaruh terhadap persepsi pengguna dalam menggunakan e-payment.

Kata Kunci: Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, keamanan, Gopay, OVO, electronic payment system, point of sale.

1. Pendahuluan

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.

(Rachman, 2016) Dengan berkembangnya penggunaan dari internet ini, maka tidak terlepas

pula dengan pertumbuhan bisnis online seperti e-commerce, meningkatnya pertumbuhan e-commerce mendorong perkembangan teknologi pembayaran berbasis internet dalam suatu transaksi. Hal ini mendorong manusia untuk tidak menggunakan uang kertas, dengan begitu sejalan dengan tujuan Bank Indonesia yaitu "Less Cash Society".

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.

Penggunaan instrumen non tunai semakin

meningkat, namun secara umum penggunaan uang tunai masih mendominasi transaksi-transaksi pembayaran di Indonesia. Hal ini antara lain disebabkan masih banyaknya masyarakat yang belum memahami fungsi dan cara menggunakan instrumen non tunai serta masih banyaknya masyarakat di daerah yang belum terjangkau oleh layanan system pembayaran non tunai. Dalam Gerai Info Bank Indonesia, edisi 50, tahun 2014, instrumen pembayaran tunai seperti uang rupiah, pada kondisi tertentu dapat menimbulkan risiko pencurian, pemalsuan dan biaya handling. Oleh sebab itu, perlu secara berkelanjutan untuk mendorong agar masyarakat terbiasa menggunakan ragam alat pembayaran non tunai.

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.

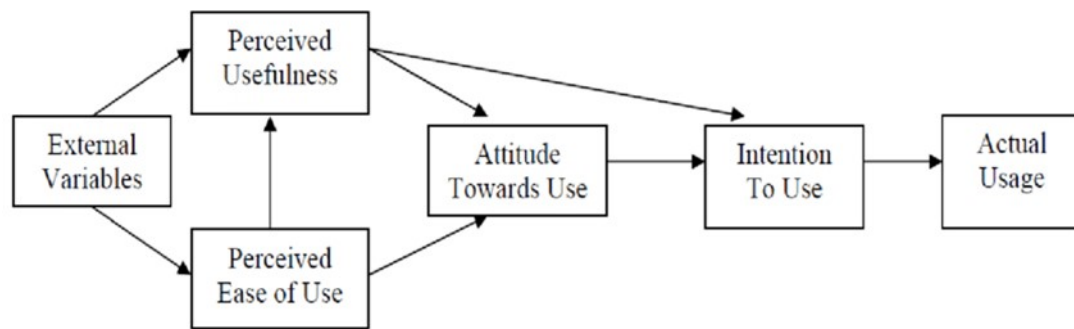
Salah satu layanan *e-payment* yang sekarang ini sedang tumbuh dan berkembang di Indonesia adalah Go-Pay dan OVO. Go-Pay merupakan *e-wallet* yang dihadirkan oleh perusahaan Go-Jek untuk memudahkan pelanggannya melakukan transaksi di aplikasi Go-Jek. PT. GO-JEK Indonesia merupakan perusahaan penyedia aplikasi *mobile* yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, layanan pembayaran, dan layanan lainnya.

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 Department 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 pandangan dengan adanya *electronic payment* terhadap pengguna Go-Pay dan OVO. Penulis menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (F. Davis, 1989), dan menambahkan faktor kepercayaan (*trust*) serta keamanan (*security*) dalam penelitian ini. Variabel yang akan digunakan antara lain kemudahan dalam penggunaan (*ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), kepercayaan (*trust*) dan keamanan (*security*).

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, self-efficacy, Ease of use*, berpengaruh signifikan terhadap *Consumers perception towards electronic payment* sedangkan variabel *trust* dan *security* tidak berpengaruh signifikan yang membedakan dengan penelitian penulis adalah lokasi penelitian nya yaitu di Malaysia . (Priyono, 2017) juga menjelaskan hasil dari "*Analisis pengaruh trust & risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Gopay*" adalah variabel persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan, namun persepsi risiko berpengaruh negative, sedangkan persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat, Variabel kepercayaan berpengaruh negatif terhadap persepsi risiko, Variabel persepsi kemudahan, kepuasan, familiaritas dan reputasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan, Variabel familiaritas berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis ialah penelitian tersebut menggunakan teknik analisis data yang berbeda serta variabel Y nya.



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

Gambar 1. *Technology Acceptance Model*

2. Landasan Teori

TAM (*Theory Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi pertama kali diusulkan oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw pada tahun 1989 merupakan salah satu model yang dikembangkan untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan suatu teknologi. TAM telah terbukti menjadi model teoritis dalam membantu untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi (Legris, Ingham, & Collerette, 2003). Berdasarkan definisi tersebut, TAM berfungsi untuk memaparkan tentang suatu penolakan atau penerimaan pada teknologi. Model TAM menggunakan faktor sikap dan beberapa variabel antara lain: Kemudahan dalam penggunaan dan Kemanfaatan.

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 dapat dilihat pada gambar 1.

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 computer 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.

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).

Pengembangan Hipotesis

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 penggunaannya di dibandingkan dengan yang tidak menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Teoh et al., 2013) secara regresi menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *e-payment*. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Priyono, 2017) menunjukkan Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan. (Cania, 2018) juga melakukan penelitian yang menunjukkan variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan Gopay pada pelanggan. Dari uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan terhadap penelitian ini adalah:

H₀₁ : Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi penggunaan *E-payment*.

H_{a1} : Persepsi Kemudahan 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 to use*. (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:

H₀₂ : Persepsi Manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi penggunaan *E-payment*.

H_{a2} : Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan *E-payment*.

Trust (Kepercayaan)

Dalam suatu kegiatan yang mengandung unsur keragu-raguan atau ketidakpastian, secara otomatis mengandung suatu risiko. Pada suatu kondisi yang berisiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Teoh et al., 2013) dan (Alyabes & Alsalloum, 2018) menyimpulkan bahwa secara regresi menunjukkan persepsi kepercayaan menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap penggunaan *e-payment*. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh (Kim, Tao, Shin, & Kim, 2010) dan (Sevgi Ozkan et al., 2010) menyebutkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap system pembayaran elektronik. Dengan begitu hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah:

H₀₃ : Kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi penggunaan *E-payment*.

H_{a3} : Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi penggunaan *E-payment*.

Security (Keamanan)

Keamanan adalah suatu mekanisme dan suatu prosedur yang menjamin integritas serta privasi pengguna untuk menghindari masalah. Keamanan juga berhubungan dengan bagaimana sistem pembayaran elektronik dapat melindungi transaksi yang dilakukan oleh konsumen.

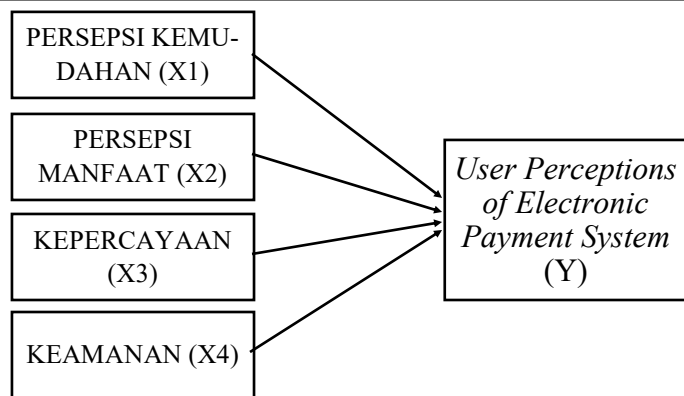
(Ramdhane,2015) dalam (Kim et al., 2010) menyatakan pentingnya evaluasi pada keamanan dalam sistem pembayaran elektronik dan sistem pembayaran elektronik yang aman harus memiliki 2 komponen:

- 1.Integritas, yang meliputi otentikasi, pencegahan penipuan, dan privasi.
- 2.Pembagian, transferabilitas, duplikasi, pengeluaran, kerahasiaan pembayaran, anonimitas pembayaran, dan terlacaknya pembayar.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Teoh et al., 2013) dan (Alyabes & Alsalloum, 2018) menunjukkan persepsi keamanan tidak signifikan terhadap penggunaan *e-payment*. (Kim et al., 2010) juga menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan system pembayaran elektronik. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Sevgi Ozkan et al., 2010) menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap penggunaan *e-payment*. Dengan begitu hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah:

H₀₄ : Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan *E-payment*.

H_{a4} : Persepsi Keamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan *E-payment*.



Sumber: Olahan Penulis, 2019

Gambar 2. Kerangka Pemikiran

$$UPEPS = \beta_0 + \beta_1PEOU_i + \beta_2PU_i + \beta_3TRS_i + \beta_4SCR_i + e_i$$

Keterangan:

β = Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien Regresi

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

PEOU = *Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan dalam menggunakan)

PU = *Perceived Usefulness* (Persepsi manfaat)

TRS = *Trust* (Kepercayaan)

SCR = *Security* (Keamanan)

ϵ = *error*

3. Metode Penelitian Populasi

Data pada penelitian ini menggunakan data primer yang populasinya adalah pengguna Gopay dan OVO di DKI Jakarta dan Depok. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik survey dengan convenience sampling dan purposive sampling dari kriteria tertentu sehingga total responden yang didapat sebanyak 112 responden.

Metode Analisis Data

Instrument penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert 5 poin. Instrument yang digunakan untuk mengukur semua variabel berjumlah 25 pernyataan. 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.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 21. Model regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

4. Hasil Penelitian

Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif penelitian ini dapat dilihat pada table 1. Berdasarkan pada tabel 1, dengan 112 responden yang diteliti dan jumlah pernyataan dari kuesioner menunjukkan bahwa nilai rata-rata pada masing-masing variable berada mendekati kepada angka maximum, hal tersebut dapat berarti kebanyakan data tersebar diatas rata-ratanya.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara menguji korelasi antara skor item-item pertanyaan dengan skor total (*pearson Correlation*). Masing-masing item pernyataan harus berkorelasi positif terhadap skor total pad tingkat signifikasi 5%. Hasil pengujian pada penelitian ini yang dapat dilihat pada table 2 menunjukkan nilai koefisien korelasi antar item-item pernyataan, secara statistic, signifikan pada tingkat 5% yaitu 0,00 dimana kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan instrument tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menentukan tingkat kepercayaan minimal dapat diberikan terhadap kesungguhan jawaban yang diterima dengan melihat konsistensi koefisien *Cronbach Alpha* untuk semua variabel, nilai. Hasil uji reabilitas pada

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Perceived Ease of Use</i>	112	7	25	21,56	3,254
<i>Perceive Usefulness</i>	112	6	30	25,31	4,052
<i>Trust</i>	112	9	25	20,42	2,915
<i>Security</i>	112	8	25	18,58	3,717
<i>User Perception Electronic Payment System</i>	112	4	20	16,81	2,782

Sumber: Data primer diolah SPSS21, 2019

Tabel 2. Uji Validitas

No	Item Variabel	R _{tabel}	R _{hitung}	Hasil
1	PEOU1	0,184	0,828	Valid
2	PEOU2	0,184	0,832	Valid
3	PEOU3	0,184	0,764	Valid
4	PEOU4	0,184	0,837	Valid
5	PEOU5	0,184	0,837	Valid
6	PU1	0,184	0,833	Valid
7	PU2	0,184	0,791	Valid
8	PU3	0,184	0,879	Valid
9	PU4	0,184	0,871	Valid
10	PU5	0,184	0,779	Valid
11	PU6	0,184	0,823	Valid
12	TRS1	0,184	0,725	Valid
13	TRS2	0,184	0,829	Valid
14	TRS3	0,184	0,856	Valid
15	TRS4	0,184	0,815	Valid
16	TRS5	0,184	0,412	Valid
17	SCR1	0,184	0,833	Valid
18	SCR2	0,184	0,923	Valid
19	SCR3	0,184	0,905	Valid
20	SCR4	0,184	0,858	Valid
21	SCR5	0,184	0,890	Valid
22	UPEPS1	0,184	0,856	Valid
23	UPEPS2	0,184	0,872	Valid
24	UPEPS3	0,184	0,787	Valid
25	UPEPS4	0,184	0,754	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS21, 2019

penelitian ini pada table 3 dengan melihat nilai dari *Cronbach alpha* diketahui lebih besar dari 0,6. Hal ini berarti instrument penelitian dinyatakan reliabel, selain itu berarti konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan dapat dipercaya sebesar nilai *Cronbach Alpha* tersebut.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
<i>Perceive ease of use</i>	0,874	Reliabel
<i>Perceive usefulness</i>	0,905	Reliabel
<i>Trust</i>	0,752	Reliabel
<i>Security</i>	0,928	Reliabel
<i>User perceptions of electronic payment system</i>	0,835	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS21, 2019

Tabel 4. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	112
Kolmogorov-Smirnov Z	1,065
Asymp. Sig (2-tailed)	0,207
Test distribution is Normal.	

Sumber: Data primer diolah SPSS21, 2019

Uji Normalitas

Hasil pengolahan uji normalitas menggunakan SPSS dengan metode Kolmogorov Smirnov pada empat variabel independen dan satu variabel dependen. Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada table 4. Dari hasil perhitungan uji Kolmogorov-Smirnov, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,207, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan data tersebut dinyatakan terdistribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal.

Uji Multikolinearitas

Untuk melihat adanya multikolinearitas dalam model regresi, dapat menggunakan uji korelasi antar variabel independent dengan *Variance Inflating Factors* (VIF) dan *Tolerance*. Jika nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas, dan jika nilai tolerance > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas. Berikut hasil uji multiko-

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	T	Sig	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,792	1,592		3,009	0,003		
PEOU	0,265	0,107	0,310	2,474	0,015	0,345	2,896
PU	0,216	0,089	0,315	2,427	0,017	0,324	3,090
TRS	-0,066	0,106	-0,069	-0,626	0,532	0,444	2,252
SCR	0,118	0,078	0,157	1,515	0,133	0,506	1,975

Dependent Variabel: UPEPS

Sumber: Data primer diolah SPSS21, 2019

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
PEOU	0,184	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
PU	0,177	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
TRS	0,656	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
SCR	0,246	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah SPSS21, 2019

linearitas menggunakan SPSS dengan melihat nilai VIF dan Tolerance pada table 5.

Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki *tolerance value* lebih besar dari 0,1 dan seluruh variabel bebas memiliki *variance inflation factor* kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam regresi antara variabel bebas *perceived ease of use* (Persepsi Kemudahan Oleh Pengguna), *perceived usefulness* (Persepsi Manfaat), *trust* (Kepercayaan) dan *security* (Keamanan) terhadap *user perception of electronic payment system*, tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini penulis menggunakan uji glejser yang merupakan salah satu cara paling akurat untuk mendeteksi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil pengolahan data dalam uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 21 dan metodenya uji glejser dapat dilihat pada tabel 6.

Dari hasil perhitungan uji heteroskedastisitas tersebut menunjukkan tidak ada gangguan atau masalah heteroskedastisitas, karena nilai signifikansi pada pengujian heteroskedastisitas menunjukkan nilai lebih besar dari 0,05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil uji regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada table 8 di bawah. Dari hasil pengujian regresi linier tersebut, maka dapat disimpulkan dengan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 7. Nilai Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.647 ^a	0.418	0.397	2.161

Predictors: (Constant), SCR, PEOU, TRS, PU

Sumber: Data primer diolah SPSS21, 2019

$$UPEPS = 4,792 + 0,265PEOU_i + 0,216PU_i - 0,066TRS_i + 0,118SCR_i + e$$

Koefisien regresi pada variabel *perceive ease of use* (persepsi kemudahan) berarah positif dan signifikan sebesar 0,265, hal ini berarti jika variabel persepsi kemudahan bertambah satu, maka variabel persepsi penggunaan e-payment bertambah sebesar 0,265 atau 26,5%. Koefisien regresi pada variabel *perceive usefulness* (persepsi manfaat) berarah positif dan signifikan sebesar 0,216, hal ini berarti jika variabel persepsi manfaat bertambah satu, maka variabel persepsi penggunaan e-payment bertambah sebesar 0,216 atau 21,6%. Nilai koefisien regresi pada variabel *Trust* (Kepercayaan) bernilai negatif, yaitu sebesar -0,066 yang artinya bahwa nilai *Trust* (Kepercayaan) akan turun sebesar -0,066. Nilai *Trust* (Kepercayaan) berpengaruh negatif terhadap *User Perceptions of Electronic Payment System* (Persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik) akan turun sebesar -0,066. Nilai koefisien regresi pada variabel *Security* (Keamanan) bernilai positif yaitu sebesar 0,118 yang artinya bahwa setiap peningkatan *Security* (Keamanan) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan *User Perceptions of Electronic Payment System* (Persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik) sebesar 0,118 satuan dengan asumsi variabel lain nilainya tetap.

Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Adjusted R2 atau Koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Perolehan nilai *adjusted R2* dapat dilihat pada tabel 7. Pada tabel tersebut, dapat dilihat perolehan *Adjusted R2* ada-

Tabel 8. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.792	1.592		3.009	.003		
	PEOU	.265	.107	.310	2.474	.015	.345	2.896
	PU	.216	.089	.315	2.427	.017	.324	3.090
	TRS	-.066	.106	-.069	-.626	.532	.444	2.252
	SCR	.118	.078	.157	1.515	.133	.506	1.975

a. Dependent Variable: UPEPS

Sumber: Data primer diolah SPSS21, 2019

lah sebesar 0,397 atau 39,7%. Angka ini menyatakan bahwa variabel bebas (*Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan dalam menggunakan), *Perceived Usefulness* (Persepsi manfaat), *Trust* (Kepercayaan), dan *Security* (Keamanan)) mempengaruhi variabel terikat (*User Perceptions of Electronic Payment System* (Persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik)) sebesar 39,7% dan sisanya 60,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan didalam hasil dari persamaan penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Dengan uji t

Nilai t_{hitung} dapat diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $112 - 4 - 1 = 107$ maka dapat dilihat nilai t_{tabel} nya yaitu sebesar 1,98238 dengan begitu apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 di tolak atau terdapat pengaruh dan sebaliknya apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 di terima atau tidak terdapat pengaruh, maka hipotesisnya sebagai berikut:

1. Faktor persepsi kemudahan dari pengguna ini diukur oleh 5 pernyataan. Dari output SPSS pada tabel 4.13, Diketahui nilai Sig untuk pengaruh persepsi kemudahan (X1) terhadap Penggunaan e-payment (Y) adalah sebesar 0,015 $< 0,05$ dan nilai t_{hitung} 2,474 > 1.98238 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} di terima yang berarti terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan e-payment
2. Faktor persepsi manfaat ini diukur oleh 6 pernyataan. Dari output SPSS pada tabel 4.13, Diketahui nilai Sig untuk pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan e-payment adalah sebesar 0,017 $< 0,05$ dan nilai t_{hitung} 2,427 > 1.98238 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a2} di terima yang berarti terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan e-payment.
3. Faktor persepsi manfaat ini diukur oleh 4 pernyataan. Dari output SPSS pada tabel 4.13, Diketahui nilai Sig untuk pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan e-payment adalah sebesar 0,532 $> 0,05$ dan nilai t_{hitung} -0,069 < 1.98238 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a3} di tolak yang berarti tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan e-payment.
4. Faktor persepsi manfaat ini diukur oleh 5 pernyataan. Dari output SPSS pada tabel 4.13, Diketahui nilai Sig untuk pengaruh keamanan terhadap penggunaan e-payment adalah sebesar 0,133 $> 0,05$ dan nilai t_{hitung} 1,515 < 1.98238 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a4} di tolak yang berarti tidak terdapat pengaruh keamanan terhadap penggunaan e-payment.

Pembahasan

Perceived Ease of Use terhadap User perception of electronic payment system

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *Perceived Ease of*

Use (Persepsi Kemudahan dari Pengguna) 0,017 $< 0,05$ dan nilai t_{hitung} 2,427 > 1.98238 maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan dari pengguna berpengaruh secara positif terhadap persepsi penggunaan sistem pembayaran elektronik. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin tinggi kemudahan penggunaan suatu sistem pembayaran elektronik seperti Gopay dan OVO maka akan meningkatkan pula tingkat keinginan untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik. (F. Davis, 1989) juga berpendapat apabila suatu sistem dapat diterima oleh penggunanya maka sistem tersebut dianggap mudah untuk digunakan oleh pengguna. Dengan begitu ketika seseorang merasa mudah untuk menggunakan suatu sistem maka dia akan lebih sering untuk menggunakannya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Teoh et al., 2013), (Langelo, 2013) dan (Cania, 2018) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap persepsi penggunaan sistem pembayaran elektronik.

Perceive Usefulness terhadap User perception of electronic payment system

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel persepsi manfaat sebesar 0,017 $< 0,05$ dan nilai t_{hitung} 2,427 > 1.98238 , maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara positif terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin tinggi manfaat yang diberikan suatu sistem seperti Gopay dan OVO maka akan meningkatkan penggunaan sistem pembayaran elektronik. Sebaliknya jika manfaat yang diberikan rendah atas penggunaan sistem pembayaran elektronik seperti Gopay dan OVO maka akan memiliki kecenderungan untuk tidak menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Priambodo & Prabawani, 2016), (Langelo, 2013) dan (Kim et al., 2009) dengan hasil penelitian variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan secara positif terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik yang artinya jika manfaat yang diberikan oleh suatu sistem semakin baik maka akan meningkatkan intensitas penggunaan sistem pembayaran elektronik.

Trust terhadap User perception of electronic payment system

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel kepercayaan sebesar 0,532 $> 0,05$ dan nilai t_{hitung} -0,069 < 1.98238 , maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh secara negative terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik Para responden juga menyadari bahwa sistem pembayaran elektronik seperti Gopay dan OVO mengambil langkah-langkah untuk melindungi pri-

vasi serta menjaga keamanan proses transaksi untuk mencegah terjadinya penipuan. Dengan demikian pengguna sistem pembayaran elektronik memiliki anggapan bahwa dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik masih memiliki suatu risiko.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Teoh et al., 2013), (Kim et al., 2009), dan (Sevgi Ozkan et al., 2010) dengan hasil penelitian variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik.

Security terhadap User perception of electronic payment system

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel keamanan sebesar $0,133 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,515 < 1,98238$, dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tingkat keamanan tidak berpengaruh secara positif terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang di berikan sistem pembayaran elektronik seperti Gopay dan OVO maka akan meningkatkan pula penggunaan sistem pembayaran elektronik. Hal tersebut di sebabkan karena pengguna sudah semakin paham dan mengetahui langkah-langkah apa yang harus ditempuh untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan keamanan. Jadi, walaupun persepsi pengguna terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik masih tergolong rendah tetapi pengguna yakin bahwa mereka dapat meminimalisir risiko tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya tingkat keamanan yang baik pada akhirnya dan juga akan dapat meningkatkan penggunaan sistem pembayaran elektronik.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Teoh et al., 2013) dan (Pratiwi & Dewi, 2018) yang menunjukkan bahwa tingkat keamanan tidak berpengaruh secara positif terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kemudahan dari pengguna memiliki pengaruh terhadap persepsi pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik yang memiliki arah positif.
2. Variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap persepsi pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik yang memiliki arah positif.
3. Variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik

yang memiliki arah negative.

4. Variabel keamanan tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik yang memiliki arah positif.

Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh diatas, maka saran bagi penelitian selanjutnya yang disampaikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengambil sampel lebih besar dan tidak hanya pengguna sistem pembayaran Gopay dan OVO yang berada di DKI Jakarta dan Depok saja, agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih baik.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lain yang secara teoritis dapat mempengaruhi persepsi pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini hendaknya perusahaan OVO dan Gojek yang menaungi Gopay lebih mengutamakan peningkatan kualitas sistem keamanan seperti double otorisasi dan validasi transaksi, prosedur maintenance perawatan sistem untuk melindungi data pengguna, mencegah ataupun meminimalisir terjadinya suatu risiko guna meningkatkan kepercayaan pengguna agar tetap menggunakan sistem pembayaran elektronik Gopay dan OVO.
4. Bagi pihak perusahaan seperti OVO dan Gojek yang menaungi Gopay alangkah baiknya memberikan suatu inovasi dalam sistem aplikasi pembayarannya seperti fitur, penstabilan jaringan terhadap provider untuk lebih mempermudah pengguna untuk bertransaksi.

Daftar Referensi

- Alyabes, A. F., & Alsalloum, O. (2018). Factors Affecting Consumers' Pro-environmental Behaviours in Saudi Arabia. *European Journal of Business and Management*, 10(27), 303–314.
- 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.
- Bahri, S. (2016). Penerapan Sistem Pembayaran Secara Elektronik Pada Point Of Sales (P . O . S) Berbasis Near Field Communication (NFC) Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri, 258–262.
- 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.
- Faqih, A. (2018). *Kajian Uang Elektronik dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Fikin Syafi'iyah (Studi pada Aplikasi OVO)*.
- Hall, J. A. (2016). *Accounting Information System* (9th ed.). USA: Cengage Learning Boston.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis* (6th ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Huwaydi, Y., & Persada, S. F. (2018). Analisis Deskriptif Pengguna GoPay di Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 7(1), 1–5.
- 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, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1571–1580.
- Legris, P., Ingham, J., & Collette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information and Management*, 40(3), 191–204.
- 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.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 5 (2), 1–9.
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust dan Risk dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik GoPay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21 (1), 88–106.
- Rachman, F. F. (2016). Ini Alasan Pemerintah dan BI Genjot Transaksi Non Tunai. Retrieved February 24, 2019, from <https://finance.detik.com/moneter/d-3361810/ini-alasan-pemerintah-dan-bi-genjot-transaksi-non-tunai>
- 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.
- Sevgi Ozkan, Gayani Bindusara, & Ray Hackney. (2010). Facilitating the Adoption of E-Payment System: Theoretical Constructs and Empirical Analysis. *Journal of Enterprise Information Management*, 23(3), 305–325.
- Sumanjeet, S. (2009). Emergence of Payment in The Age of Electronic Commerce: The State of Art. *Global Journal of International Business Research*.
- 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.