

# Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*

Oktafalia Marisa <sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup> Manajemen; Universitas Bunda Mulia;  
Jalan Lodan Raya No. 2, Ancol, Jakarta Utara 14430, Telp (021) 6909090;  
e-mail: omuzammil@bundamulia.ac.id.

\* Korespondensi: e-mail: omuzammil@bundamulia.ac.id

Diterima: 21 Agustus 2020 ; Review: 13 September 2020; Disetujui: 15 Desember 2020

Cara sitasi: Marisa O. 2020. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*. Jurnal Administrasi Kantor. 8 (2): 139-152.

---

**Abstrak:** *Financial Technology* atau dikenal juga dengan istilah *Fintech* saat ini telah menjelma menjadi pilihan dalam bertransaksi finansial. *Fintech* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat. Dengan adanya *Fintech* memberikan kemudahan dan efektifitas dalam kegiatan pembayaran. Namun tentunya diperlukan pula keamanan demi mengurangi risiko yang tidak diinginkan dalam transaksi menggunakan *Fintech*. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimanakan perilaku konsumen dalam mengadaptasi perkembangan *Fintech*. Objek yang diteliti pada penelitian ini ialah masyarakat yang merupakan konsumen di pasar tradisional. Adapun yang ingin diteliti ialah apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi kemudahan, efektifitas dan risiko terhadap minat bertransaksi dengan menggunakan *Financial Technology*. Teknik penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan data kuantitatif dengan metode kuesioner dan wawancara. Objek penelitian adalah konsumen yang telah menggunakan *Fintech*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi kemudahan, efektifitas dan risiko terhadap minat bertransaksi dengan menggunakan *Financial Technology* konsumen di Pasar Tomang Barat Jakarta Barat

**Kata kunci:** Efektivitas, Finansial, Kemudahan, Risiko, Teknologi.

**Abstract:** *Financial Technology*, also known as *Fintech*, has now become an option in financial transactions. *Fintech* is the result of a combination of financial services and technology which ultimately changes the business model from conventional to moderate. The existence of *Fintech* provides convenience and effectiveness in payment activities. But of course security is also needed in order to reduce unwanted risks in transactions using *Fintech*. This research wants to know how consumer behavior is in adapting to *Fintech* developments. The object examined in this study is the people who are consumers in traditional markets. As for what we want to research is whether there is a significant effect of perceived convenience, effectiveness and risk on the interest in transactions using *Financial Technology*. The research technique in this study is to use quantitative data with questionnaire and interview methods. Research objects for consumers who have used *Fintech*. The results of the study reveal that there is a significant effect of perceived ease, effectiveness and risk on consumer interest in transactions using financial technology in West Jakarta Tomang Market.

**Keywords:** Effectivity, Financial, Ease of use, Risk, Technology.

## 1. Pendahuluan

*Financial Technology* atau dikenal juga dengan istilah Fintech saat ini telah menjelma menjadi pilihan dalam bertransaksi finansial. Perubahan gaya hidup masyarakat yang serba praktis dan di dominasi oleh penggunaan teknologi membuat Fintech menjadi bagian dari kegiatan finansial sehari-hari. Fintech merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja.

Fintech saat ini hadir sebagai pelengkap sistem keuangan yang sudah ada, Fintech tidak bertujuan sebagai pengganti, namun kehadirannya telah merubah cara masyarakat dalam bertransaksi. Bentuk layanan Fintech yang memfasilitasi proses transaksi pembayaran yang akan secara spesifik dibahas pada penelitian ini, yang selanjutnya akan disebut sebagai Fintech saja. Layanan yang akan dibahas adalah layanan dengan merk “Go-Pay” dari PT Gojek Indonesia, Ovo, dan Dana karena transaksi menggunakan merk ini mewakili penggunaan e-payment terbesar di Indonesia [Camelia et al., 2017].

Di Indonesia, Fintech menjadi solusi yang sudah diawasi oleh pemerintah melalui lembaga Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sayangnya, penyerapan jasa ini masih kurang di Indonesia. OJK regional Bali menyebutkan bahwa layanan keuangan berbasis teknologi masih kurang diperhatikan oleh masyarakat [Ananta, n.d.]. UMKM mewakili 98% porsi pengusaha yang belum terlayani secara finansial. Padahal masyarakat di dunia menganggap layanan teknologi berbasis teknologi yang sedang berkembang dapat menjadi alternatif pada layanan finansial sejak layanan konvensional banyak mengalami permasalahan dan skandal pada krisis ekonomi tahun 2008 [Gelis, 2016].

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran menimbang bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan Financial Technology (Fintech) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat termasuk dibidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.

Fintech akan menghadirkan proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman serta moderen.

Menurut CEO Dimo Pay Indonesia, Brata Rafly sebuah perusahaan *startup* yang bergerak dalam bidang *mobile payment* mengatakan bahwa tantangan dan juga peluang terbesar industri Fintech di Indonesia saat ini adalah bagaimana memperkenalkan sebuah teknologi layanan keuangan yang bersifat terhitung. Fintech bersama pelaku usaha *e-commerce* dan *start-up company* (UMKM) merupakan pemain utama dalam perekonomian digital. Di Indonesia saat ini model bisnis *e-commerce* telah berkembang dengan cukup pesat, tidak hanya di sektor ritel atau pasar untuk produk, tetapi juga berkembang pada layanan transportasi, seperti GoJek, dan Grab. Jasa transportasi ini kemudian membuat layanan Fintech yang cukup naik daun seperti Ovo dan Gopay, lengkap dengan layanan *pay later* yang semakin memudahkan. Layanan keuangan ini merupakan bagian Fintech. Keberadaan dan perkembangan Fintech didukung oleh inovasi teknologi di bidang digital, perbankan, *mobile payment* dan tentu saja big data. Di Indonesia layanan keuangan Fintech yang saat ini sedang berkembang di bedakan ke dalam beberapa kelompok, yaitu *payment system*, *digital banking*, *online/digital insurance*, *Peer-to-Peer (P2P) Lending*, dan *crowdfunding*. Berdasarkan data Bank Indonesia, saat ini terdapat 96 perusahaan Fintech yang beroperasi di Indonesia.

Nilai transaksi Fintech di pasar dunia telah mencapai US\$ 1,025,519 M pada tahun 2017, dan segmen pasar terbesar berada pada segmen pembayaran digital dengan nilai transaksi total US\$ 738,340 M tahun 2017. Sistem pembayaran digital muncul sejak hadirnya kecanggihan transaksi *e-commerce* [Candra and Hermawan, 2013]. Pembayaran digital (*e-Payment*) merupakan pertukaran dana melalui saluran elektronik [Barry and Evans, 2007]. *E-payment* membutuhkan koneksi internet untuk bekerja, sama dengan fungsi pada penggunaan dilingkungan perbankan elektronik (*e-banking*) dan belanja elektronik (*e-shopping*).

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1). Untuk mengetahui bagaimanakah persepsi kemudahan penggunaan *financial technology* (Fintech) terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional di Jakarta Barat? 2). Untuk mengetahui bagaimanakah efektivitas penggunaan *financial technology* (Fintech) terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional di Jakarta Barat? 3). Untuk mengetahui bagaimanakah risiko *financial technology* (Fintech) terhadap minat bertransaksi konsumen pasar

tradisional di Jakarta Barat? 4). Untuk mengetahui bagaimanakan persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology* (Fintech) pasar tradisional di Jakarta Barat?

Pengertian *Financial technology* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja [Arner et al., 2017]. Adanya Fintech memberikan kemudahan bertransaksi pada jaman moderen seperti saat ini, transaksi seperti ini yang diinginkan masyarakat saat ini kemudahan dan efisiensi waktu menjadi pertimbangannya

Konsep *Financial Technology* dalam rangka menguatkan perekonomian negara, sektor finansial memegang peran penting dalam mewujudkannya. Seiring berjalannya waktu, konsep sektor finansial diharapkan mampu dalam penyesuaiannya terhadap isu-isu global dan perkembangan teknologi. Salah satu bentuk dari penyesuaian tersebut muncul istilah finansial berbasis teknologi atau Fintech. Konsep dari Fintech tersebut menurut The National Digital Research Centre (NDRC) merupakan suatu inovasi pada sektor finansial. Inovasi tersebut dilakukan dengan menggunakan teknologi *start-up* berbasis aplikasi yang digunakan dalam proses transaksi keuangan seperti proses pembayaran, proses peminjaman uang, proses perencanaan keuangan, transfer maupun jual beli saham. Selain lebih praktis dalam penggunaannya, eksistensi dari konsep industri Fintech diharapkan dapat mendatangkan proses transaksi keuangan yang lebih efektif, efisien, dan aman.

Peran Fintech dalam sistem pembayaran mampu menggantikan peran lembaga keuangan formal seperti bank [Nina and Tama, 2017]. Dalam hal sistem pembayaran, Fintech berperan dalam: 1). Menyediakan pasar bagi pelaku usaha. 2). Menjadi alat bantu untuk pembayaran, penyelesaian/settlement dan kliring. 3). Membantu pelaksanaan investasi yang lebih efisien. 4). Mitigasi risiko dari system pembayaran yang konvensional. 5). Membantu pihak yang membutuhkan untuk menabung, meminjam dana dan penyertaan modal.

Jenis Fintech berdasarkan situs resmi Bank Indonesia telah banyak berdiri perusahaan yang mengembangkan layanan keuangan berbasis teknologi. Ada beberapa

jenis Fintech yang ada di Indonesia diantaranya adalah *Payment Settlement and Clearing, Crowdfunding* dan *P2P, Market Agregator, Risk and Investment Management*.

Definisi persepsi kemudahan penggunaan berdasarkan bahasanya "*ease of use*" berarti suatu ukuran keyakinan pengguna suatu teknologi tertentu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih [Lu, 2018]. Kata *Ease* yang berarti kemudahan menunjukkan kebebasan dari kesulitan atau usaha lebih. Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu anggapan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari usaha. Menurut pengertiannya seseorang akan menggunakan suatu teknologi jika memiliki anggapan bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah. Dengan demikian menunjukkan bahwa suatu inovasi teknologi diciptakan guna mempermudah penggunaannya bukan untuk mempersulit penggunaannya. Suatu teknologi dikatakan memiliki suatu kemudahan dalam penggunaannya apabila memiliki beberapa indikator sebagai berikut: 1). Mudah dan terampil dalam menggunakan suatu teknologi. 2). Teknologi tersebut dapat dengan mudah untuk dipelajari. 3). Sangat mudah dalam pengoperasiannya

Kemudahan yang dirasakan mempengaruhi sikap individu dalam dua mekanisme yaitu *self efficacy* dan *instrumentaly*. Semakin mudah teknologi digunakan maka akan meningkatkan *self efficacy* penggunaannya. Kemudahan yang dirasakan juga memberikan dampak dalam memperbaiki kinerja seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak kemudahan yang dapat dirasakan dari penggunaan teknologi atau sistem maka dapat mempengaruhi ketertarikan penggunaannya.

Pengertian efektivitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata "efektif" yang berarti efek, akibat, pengaruh atau dapat membawa hasil. Efektivitas yang dimaksud adalah hasil yang didapat dari penggunaan suatu teknologi yang sesuai dengan tujuan penggunaannya. Persepsi Kegunaan adalah suatu ukuran kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan prestasi kerja mereka. Berdasarkan pengertian tersebut mengindikasikan bahwa persepsi kegunaan sangat berkaitan dengan efektivitas, semakin banyak kegunaan yang didapatkan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi maka efektivitas penggunaannya dapat tercapai.

Persepsi Kegunaan dapat dibagi menjadi beberapa dimensi sebagai berikut [Istiarni 2014]: 1). Penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja individu (*improves job Performance*). 2). Penggunaan sistem dapat meningkatkan produktivitas individu (*increases productivity*). 3). Penggunaan sistem dapat meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enhances effectiveness*). 4). Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the sistem is useful*).

Risiko sering dipahami sebagai bentuk perbedaan reflektif dalam sebuah distribusi hasil yang mungkin terjadi, kemungkinan pengguna dan penilaian subjektif mereka. Risiko dapat diukur baik dengan non-linearitas dalam bentuk utilitas uang yang direvaluasi atau dengan berbagai bentuk keuntungan dan kerugian yang dapat diterima. Risiko merupakan ekspektasi atas kerugian, dimana penilaian atas kerugian dilakukan secara subjektif oleh individu, jika semakin besar kerugian maka semakin besar risiko dianggap ada. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa risiko adalah anggapan negatif individual terhadap kerugian ataupun keuntungan yang mungkin diterima.

Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang akan diterima pengguna dalam menggunakan Fintech. Risiko dapat dibagi dalam lima dimensi, diantaranya adalah [Ariani and Zulhawati, 2017]: 1). Risiko Psikologi (*psychological risk*), perasaan, emosi ataupun ego yang dirasakan oleh individu karena membeli atau menggunakan suatu produk. 2). Risiko Keuangan (*financial risk*), individu merasakan masalah keuangan setelah membeli atau menggunakan suatu produk. 3). Risiko Kinerja (*functional risk*), individu tidak mendapatkan fungsi dari suatu produk sesuai yang mereka harapkan. 4). Risiko fisik (*physical risk*), dampak negatif dari suatu produk yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakannya. 5). Risiko sosial (*social risk*), risiko ini dipengaruhi oleh lingkungan sekitar pengguna atas penggunaan suatu produk.

Semakin tinggi tingkat risiko yang di dapat oleh individu maka semakin rendah tingkat kepercayaan individu. Sebaliknya semakin rendah tingkat risiko yang di dapat oleh individu maka semakin tinggi tingkat kepercayaan individu. Sebuah risiko menjadi lebih tinggi apabila [Rahim, 2017]: 1). Minimnya informasi tentang produk. 2). Produk merupakan hal yang baru. 3). Produk tersebut sangat kompleks 4). Kepercayaan diri pengguna dalam mengevaluasi merk rendah. 5). Tingginya harga produk. 6). Pentingnya produk tersebut bagi pengguna. Semakin tinggi risiko yang dihasilkan maka pengguna

akan termotivasi untuk menghindari menggunakan produk tersebut. Untuk mengukur persepsi risiko ada beberapa indikator yang dapat digunakan diantaranya adalah [Rahim, 2017]: 1). Ada risiko yang di timbulkan. 2). Ada kerugian yang dialami. 3). Ada anggapan bahwa produk tersebut berisiko.

Minat adalah suatu kondisi dimana seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu serta mempunyai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut [Pavlou, 2010]. Pendapat lain mengenai minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Jadi minat adalah dorongan dari psikis individu untuk melakukan sesuatu atau menggunakan tanpa dorongan dari pihak lain. Dalam penelitian ini minat dapat diartikan sebagai ketertarikan individu dalam bertransaksi menggunakan Fintech. Minat dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi minat setiap individu diantaranya adalah [Pavlou, 2010]: 1). Faktor yang berasal dari dalam diri individu yg berhubungan dengan jasmani dan rohani. 2). Faktor Motif Sosial, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan individu berada. 3). Faktor Emosional, yaitu ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap keinginan atau objek tertentu. Minat setiap individu tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, setiap individu memiliki minatnya masing-masing. Meskipun individu memiliki minat yang sama terhadap sesuatu namun dilatarbelakangi oleh faktor tertentu. Untuk mengukur minat ada beberapa indikator yang dapat digunakan diantaranya adalah [Pavlou, 2010]: 1). Rasa ingin menggunakan. 2). Selalu menggunakan. 3). Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan rangkaian dari roadmap penelitian yang tujuan akhirnya ingin meneliti pengaruh pembiayaan Fintech terhadap inklusi keuangan nasional. Penelitian awal ini menjadikan konsumen di pasar tradisional Tomang Barat yang menggunakan platform Fintech berupa Ovo dan Gopay sebagai objek penelitian.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel faktor persepsi kemudahan (X1), efektivitas penggunaan (X2), dan risiko financial (X3). Variabel dependen adalah variabel yang tidak dapat berdiri sendiri dan tergantung

darivariabel lainnya. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat bertransaksi (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi di pasar tradisional Jakarta Barat, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 50 konsumen yang melakukan transaksi di pasar tradisional Tomang Barat yang bertransaksi menggunakan platform Fintech Ovo dan Gopay

Data yang digunakan adalah hasil jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan dalam wawancara baik secara lisan dan melalui kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada responden dengan harapan responden memberikan respon atas pertanyaan tersebut [Ghozali, 2016]. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan para konsumen yang melakukan transaksi di pasar tradisional Jakarta Barat melalui platform Fintech. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistemik terhadap fenomena yang diselidiki secara langsung ke obyek penelitian [Ghozali, 2016]. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian.

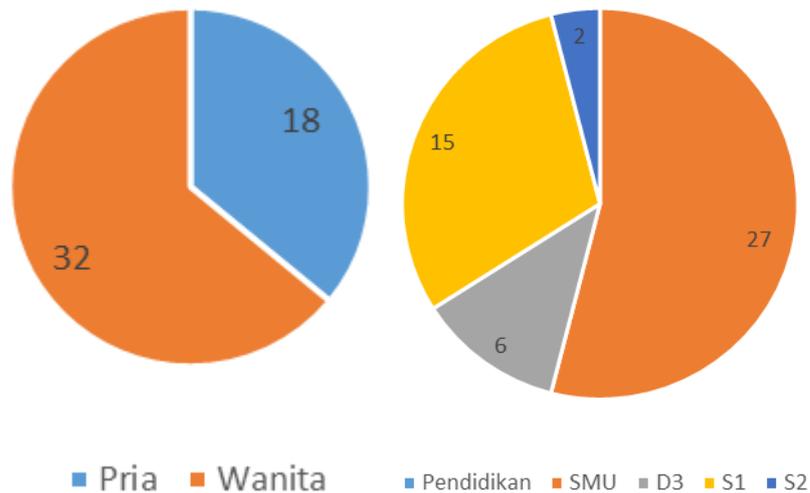
Analisis kualitatif untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian tentang adalah kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan Fintech di pasar tradisional di Jakarta Barat. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, faktor persepsi kemudahan (X1), efektivitas penggunaan (X2), dan risiko financial (X3), sedangkan variabel independen adalah minat bertransaksi (Y). Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Hipotesis yang diuji dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  adalah:  $H_0: \beta = 0$ , tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.  $H_a: \beta \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan adalah: 1). Jika nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (taraf kepercayaan  $\alpha = 5\%$ ), maka  $H_0$  di tolak. 2). Jika nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 (taraf kepercayaan  $\alpha = 5\%$ ), maka  $H_0$  tidak ditolak.

Uji signifikansi simultan digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap persepsi masyarakat (Y). Hipotesis yang diuji

dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  adalah:  $H_0 : \beta = 0$ ,, tidak ada pengaruh secara bersama-sama yang signifikan variabel

### 3. Hasil dan Pembahasan



Sumber: Hasil Penelitian (2020).

Gambar 1. Jenis kelamin dan tingkat pendidikan responden.

Berdasarkan 50 konsumen didapati bahwa jumlah pengguna platform Ovo dan Gopay di pasar tomang barat adalah 32 orang dan 18 sisanya adalah pria. Hasil lain yang didapat dari penelitian adalah tingkat pendidikan dari 50 konsumen didapati bahwa jumlah pengguna platform Ovo dan Gopay di pasar tomang barat diketahui bahwa 27 orang berpendidikan tertinggi SMU, 6 orang berpendidikan tertinggi D3, 2 Orang berpendidikan tertinggi S1, dan sisanya sebanyak 2 orang berpendidikan tertinggi S2.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial tertera pada tabel 1.

Tabel 1. Uji Parsial Hipotesis.

Model	Coefficients <sup>a</sup>					95,0% Confidence Interval for B	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Lower Bound	Upper Bound
	B	Std. Error	Beta	t			
1 (Constant)	2.503	.574		4.363	.000	1.348	3.658
Kemudahan	.536	.132	.091	4.060	.066	-.189	.342
Efektifitas	.319	.101	.124	3.158	.076	-.225	.263
Risiko	.333	.135	.377	2.464	.018	.061	.604

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Penelitian (2020).

Pengujian hipotesis persepsi kemudahan penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat.

1).  $H_0: \beta_1 = 0$ , tidak ada pengaruh yang signifikan persepsi kemudahan penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional

Tomang Barat di Jakarta Barat. 2).  $H_a: \beta_1 \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan dari persepsi kemudahan penggunaan *platform* Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. Dengan tingkat signifikansi = 0.066 maka  $H_0$  di tolak, karena nilai signifikansi =  $0.066 < 0.05$ . Dari hasil tersebut terlihat bahwa ada pengaruh yang signifikan dari persepsi kemudahan terhadap minat bertransaksi di pasar Tomang Barat. Hal ini membuktikan teori yang menyatakan kemudahan yang dirasakan akan mempengaruhi sikap individu dalam memilih untuk bertransaksi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang di lakukan sebelumnya dimana kemudahan dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital akan mempengaruhi sikap individu dalam bertansaksi [Wildan, 2019].

Dari wawancara yang dilakukan juga terlihat bahwa konsumen merasakan kemudahan dalam penggunaan kedua *platform* tersebut telah membuat mereka lebih memilih menggunakan pembayaran melalui Ovo dan Gopay dibandingkan dengan menggunakan uang tunai. Apalagi dengan situasi pandemic saat ini, metode ini sangat dimungkinkan untuk tidak melakukan kontak langsung atau pertukaran uang antar penjual pembeli. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang berkesimpulan semakin tinggi tingkat kemudahan maka akan semakin tinggi minat menggunakan metode pembayaran Fintech [Romadloniyah and Prayitno, 2018]

Pengujian Hipotesis persepsi efektifitas penggunaan *platform* Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat.

1).  $H_0: \beta_2 = 0$ , tidak ada pengaruh yang signifikan persepsi kemudahan penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional

Tomang Barat di Jakarta Barat. 2).  $H_a: \beta_2 \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan dari persepsi kemudaha efektifitas n penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. Dengan tingkat signifikansi = 0.076 maka  $H_0$  di tolak, karena nilai signifikansi =  $0.076 < 0.05$ . Dari hasil pengujian terlihat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari efektifitas

penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan efektifitas penggunaan aplikasi pembayaran digital terhadap minat bertransaksi [Wildan, 2019]. Efektifitas ini berkaitan dengan semakin banyak kegunaan yang didapatkan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi maka efektivitas penggunaannya pun dapat tercapai, adapun kegunaan ini terpenuhi ketika ternyata banyak sekali pedagang di pasar tomang barat yang sudah memfasilitasi pembayaran dengan kedua platform dalam penelitian. Selain cashback yang di tawarkan tentu saja banyaknya toko yang menyediakan pembayaran dengan platform ini menyebabkan konsumen semakin berminat menggunakannya.

Pengujian Hipotesis pengaruh risiko *financial technology* (Fintech) penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. 1).  $H_0: \beta_3 = 0$ , tidak ada pengaruh yang signifikan risiko penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar

tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat 2).  $H_a: \beta_3 \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan dari risiko efektifitas penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. Dengan tingkat signifikansi = 0.018 maka  $H_0$  di tolak, karena nilai signifikansi = 0.018 < 0.05. Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari risiko penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dari risiko penggunaan aplikasi pembayaran digital terhadap minat bertransaksi [Wildan, 2019].

Dalam tinjauan risiko, Fintech mempunyai beberapa risiko yang melekat yaitu risiko finansial dan risiko teknologi. Pengelolaan risiko dapat dikelola dengan berbagai cara sesuai dengan biaya yang dibutuhkan dan efisiensi dalam pengelolaan. Macam penanggulangan risiko yang diantaranya risiko lebih baik dihindari, risiko dapat ditahan, risiko diversifikasi, risiko ditransfer, risiko dikendalikan, risiko didanai.

Dari hasil wawancara diketahui bahwa konsumen merasa dari segi keamanan, kedua platform tersebut diawasi oleh OJK sehingga risiko keamanan lebih terjamin. Selain itu penggunaan PIN juga membantu konsumen untuk merasa aman saat bertransaksi

Tabel 2. Uji Simultan Hipotesis

		<i>ANOVA</i> <sup>a</sup>				
	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	4.567	3	1.522	3.603	.020b
	<i>Residual</i>	19.433	46	.422		
	<i>Total</i>	24.000	49			

a. *Dependent Variable: Minat*  
b. *Predictors: (Constant), Risiko, Efektifitas, Kemudahan*

Sumber: Hasil Penelitian (2020).

Pengujian Hipotesis persepsi kemudahan, efektifitas, dan risiko penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. 1).  $H_0: \beta_k = 0$ , tidak ada pengaruh yang signifikan persepsi kemudahan, efektifitas, dan risiko penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. 2).  $H_a: \beta_k \neq 0$ , ada pengaruh yang simultan dari persepsi kemudahan, efektifitas dan risiko penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. Dengan tingkat signifikansi = 0.02 maka  $H_0$  di tolak, karena nilai signifikansi =  $0.018 < 0.05$ .

Mendukung hasil penelitian parsial maka diketahui bahwa secara simultan menunjukkan adanya pengaruh dari persepsi kemudahan, efektifitas, dan risiko penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat

#### 4. Kesimpulan

Dari hasil pengujian dapat disimpulkan yang pertama terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi kemudahan penggunaan *platform* Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. Kedua terdapat pengaruh yang signifikan dari efektifitas penggunaan platform Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. Ketiga terdapat pengaruh yang signifikan dari risiko penggunaan *platform* Ovo dan Gopay terhadap minat bertransaksi konsumen pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. Keempat terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari persepsi kemudahan penggunaan, efektifitas dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan Ovo dan Gopay di pasar tradisional Tomang Barat di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya [Wildan, 2019]. Dengan banyaknya

platform yang tersedia saat ini, masyarakat akan memiliki banyak pilihan platform Fintech dengan demikian akan semakin mudah dan efektif dalam menggunakan media ini untuk melakukan transaksi pembayaran. Konsumen dapat memanfaatkan banyaknya layanan yang di tawarkan misalnya cashback dan atau diskon promosi lainnya sesuai kebutuhan. Untuk keamana pun saat ini relatif aman terutama penggunaan PIN dan adanya pengawasan dari OJK. Namun disisi lain, wspadailah pembelian kompulsif yang mungkin terjadi. Dimasa pandemik penggunaan Fintech akan membuat kenyamanan dalam transaksi cashless yang memungkinkan mengurangi kontak langsung dan perputaran uang secara fisik. Kemudahan dan efektifitas bagi konsumen juga berlaku bagi para merchant, karena perputaran barang dan pembayaran menjadi lebih cepat.

### Referensi

- Ahmadi C, Hermawan D.2013. E-Business dan E-Commerce. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Romadloniyah AL, Prayitno DH. 2018. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi. 3 (2).
- Ananta W. (n.d.). OJK Sebut Layanan Keuangan Berbasis Teknologi Kurang Diperhatikan. Retrieved April 26 2017. <https://www.arah.com/article/22069/ojk-sebut-layanan-keuangan-berbasis-teknologikurang-diperhatikan.html>
- Arner DW, J Barberis J, Buckley RP. 2015. FinTech, RegTech, and the Reconceptualization of Financial Regulation. *Geo. J. Int'l L.* 47.
- Barry B, Evans JR. 2007. Retail Management A Strategi Approach. Ed 10. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ghozali I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Ed 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istiarni PRD. 2014. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lu L. 2018. Decoding Alipay: Mobile Payments, A Cashless Society and Regulatory Rhallenges. *Butterworths Journal of International Banking and Financial Law.* 33 (1). 40-48.

- Ariani M, Zulhawati. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Line Pay. Prosiding Conference on Management and Behavioral Studies.
- Camelia M, Rizal N, Setiawan K, Ramadhani G, Nastiti S, Yanurzha R, Rossellini R. 2017. Easier Payments with GO-PAY – GO-JEK Product + Tech. Retrieved July 15 2018. <https://blog.gojekengineering.com/easier-payments-withGopay-2de099aabe0>
- Monica N, Tama AI. 2017. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce. Jurnal Riset Akuntansi dan Komputerisasi. 8 (1).
- Pavlou PA. 2010. Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. International Journal of Electronic Commerce. 7 (3): 69-103.
- Gelis P. 2016. Fintech: The Rise of Fintech in Finance. 7(24). 4–11
- Rahim H. 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi Pengguna Paytren Pada PT. Veritra Sentosa Internasional. Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia. Jurnal EKOBISTEK. Fakultas Ekonomi. 6 (2).
- Wildan M. 2019. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FINTECH). Undergraduate (S1) thesis. UIN Walisongo Semarang.
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- <http://www.bi.go.id>