

Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Fintech Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Di Kota Batam

Khadijah¹, Viola Syukrina E Janros² – Universitas Putera Batam

ABSTRACT

The application of financial technology will create a disruptive environment in line with the rapid development of technology and digitization. For the financial industry, there is a demand to continue to adapt and make adjustments in its business processes, as the dynamics of the industry change rapidly. Fintech can help MSMEs to get ease and efficiency in the financial area. but not all MSMEs can use fintech for reasons that are difficult to understand and cannot be used when they want to transact financially in business. so that from the problems that occur in the community makes researchers want to research using the TAM model of fintech that has developed in the community. TAM model can be measured by two existing perceptions, namely the perception of ease and perception of the benefits of fintech. The population in this study is people in Batam City. Sampling method is done by purposive sampling that is sampling is done based on certain criteria in accordance with the needs of researchers and using the formula slovin determine the number or size of the sample will be determined. Hypothetical testing in this study was conducted with multiple linear regression tests, simultaneous tests (F tests), determination tests (R2 tests) and t-tests using SPSS 26 applications.

Keywords: *Fintech, Convenience, Benefits, Interest, MSMEs.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Teknologi informasi dalam dunia keuangan bukanlah suatu hal yang baru, terkadang terdapat suatu layanan yang terkendala dengan biaya, kebiasaan pengguna, serta kandungan risiko sehingga beberapa layanan keuangan berbasis teknologi informasi menunggu kesiapan dari berbagai segi sehingga siap untuk dimanfaatkan secara optimal. Fintech merupakan teknologi yang memanfaatkan jejaring internet berawal dari tahun 1966 dengan tujuan untuk mengembangkan bisnis secara global. Pada sekitar tahun 1980 bank mulai menggunakan Fintech untuk mempermudah pekerjaan perbankan, kemudian pada tahun 1990 dengan adanya dukungan dari teknologi jejaring internet yang semakin stabil maka penggunaan Fintech semakin berkembang, seperti misalnya online banking dengan dukungan perangkat lunak dan jejaring internet yang

memadai maka masyarakat telah mulai terbiasa dengan penggunaan Fintech. Tahun 1998 adalah saat di mana bank mulai mengenalkan online banking untuk para nasabahnya. Fintech pun menjadi semakin mudah digunakan masyarakat luas, juga makin dikenal. Pembayaran yang praktis dan jauh berbeda dengan metode pembayaran konvensional membuat perkembangan Fintech semakin gencar. Layanan finansial yang lebih efisien dengan menggunakan teknologi dan piranti lunak dapat dengan mudah diraih dengan Fintech.

Financial Technology (Fintech) muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh pengguna teknologi informasi tuntutan hidup yang serba cepat. Penggunaan fintech dapat memaksimalkan pelayanan perbankan kepada konsumen. Permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran seperti tidak sempat mencari barang ke tempat perbelanjaan, ke bank/ATM untuk mentransfer dana, keengganan pelanggan mengunjungi tempat dimana pelayanan kurang menyenangkan.

Fintech adalah industri yang menggunakan teknologi TI yang berpusat pada ponsel untuk meningkatkan efisiensi sistem keuangan. "Fintech" sebagai istilah adalah gabungan "keuangan" dan "teknologi", dan secara kolektif mengacu pada perubahan industri yang berasal dari konvergensi layanan keuangan dan TI. Dalam hal layanan keuangan, ini adalah layanan inovatif yang menyediakan layanan keuangan terdiferensiasi menggunakan teknologi baru, seperti mobile, media sosial, dan IOT (Suyanto & Kurniawan, 2019).

Layanan keuangan pada era sekarang telah mengalami evolusi dari waktu ke waktu, meskipun layanan keuangan sejak dahulu sudah menggunakan sentuhan teknologi, seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu kredit dan lain sebagainya, namun di era sekarang muncul berbagai layanan keuangan berbasis teknologi digital yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat. Aktivitas Fintech diklasifikasikan dalam 5 (lima) kategori yakni; 1. Pembayaran, Transfer, Kliring, dan penyelesaian (Payment, clearing and settlement); 2. Deposito, Pinjaman, dan Penambahan Modal (Deposit lending and Capital Raising); 3. Manajemen Risiko (Risk Management); 4. Dukungan Pasar (Market Support); 5. Manajemen Investasi (Investment Management).

Indonesia sangat berpotensi dalam pengembangan fintech melihat sudah banyak produk-produk baru yang bermunculan dan di dukung besarnya pengguna internet yang sangat besar di Indonesia. Pengembangan Fintech sangat diperlukan, bila perlu seluruh lapisan masyarakat dapat berminat dalam menggunakan Fintech, khususnya di lingkungan Universitas. Sebagai lembaga akademisi, Universitas tentunya memiliki peran tersendiri dalam mengembangkan Financial Technology (Fintech). Fintech perlu dibudidayakan di lingkungan kampus, namun hanya sedikit kampus yang memanfaatkan Fintech untuk mempermudah akses di kampus, baik mahasiswa, dosen dan kegiatan akademik lainnya (Wildan, 2019). Pengenalan Fintech kepada mahasiswa dan dosen serta karyawan di lingkungan kampus sangat diperlukan agar mereka terbiasa dalam penggunaan Fintech pada kehidupan sehari-hari. Mahasiswa yang nantinya menjadi output dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis setidaknya mengetahui tatacara bertransaksi menggunakan produk Fintech, meskipun bukan pengguna tetap. Perkembangan perusahaan Fintech yang semakin baik ditengah masyarakat Indonesia diharapkan mampu mewujudkan tercapainya target tingkat inklusi masyarakat. Namun belum dilakukannya analisis bagaimana tingkat pengaruh Fintech dalam meningkatkan pemahaman masyarakat dalam menggunakan Fintech keuangan.

Dalam perkembangan teknologi yang dapat meningkatkan potensi pengembangan usaha (Rukmana, Harto, & Gunawan, 2021), sistem pembayaran secara elektronik atau bisa disebut non tunai dipengaruhi oleh perubahan pola hidup masyarakat dan kemajuan perkembangan teknologi.

Saat ini perkembangan alat pembayaran non tunai berjalan sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran yang membawa dampak cukup besar terhadap pihak-pihak yang terlibat. Transaksi secara non tunai atau elektronik (e-payment) dinilai mendorong efisiensi ekonomi sekaligus menahan inflasi. Sebab, salah satu penyebab kenaikan inflasi adalah tingginya peredaran uang (Rahayu, 2018).

Semakin banyaknya aplikasi bisnis yang berbasis online serta transaksi keuangan yang mengharuskan tidak bertemunya antara penjual dan pembeli mengakibatkan industri keuangan harus bertransformasi menjadi bisnis keuangan berbasis teknologi keuangan atau lebih dikenal dengan istilah Fintech (Financial Technology). Dalam beberapa tahun terakhir ini, perusahaan Fintech di Indonesia tumbuh pesat sekitar 160 perusahaan yang dikelompokkan menjadi bidang jasa pembayaran, pinjaman, aggregator, perencanaan keuangan, crowdfunding dan lainnya (Prajanto & Dian Pratiwi, 2019).

Dengan adanya internet masyarakat dapat mencari informasi berbagai data (Harto & Komalasari, 2020), berkomunikasi dan bertransaksi dengan melakukan system pembayaran elektronik. Pembayaran elektronik yang sudah ada di Indonesia dan dikenal masyarakat saat ini antara lain Online Banking, Internet Banking, E-Commerce. Saat ini muncul sistem pembayaran elektronik yang baru berkembang dan dikenal sebagai Uang Elektronik (E-money). Uang elektronik (E-money) merupakan alat pembayaran dengan nilai uang yang sudah tersimpan secara konsisten pada kartu ataupun server. Untuk bertransaksi menggunakan e-money membutuhkan jaringan internet seperti sistem digital. Dengan adanya e-money, pelaku bisnis melihat bahwa terdapat peluang untuk berinovasi menciptakan bisnis baru yang bisa memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang proses transaksinya bisa dijalankan menggunakan e-money (Kartika, n.d.).

Mengacu pada teori TAM, dapat dilihat keefektifan e-money dari tingkat sikap penggunaannya. Technology Acceptance Model (TAM) mempunyai 2 faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat dari teknologi dan persepsi kemudahan dalam menggunakannya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap fintech di kota Batam.

TINJAUAN PUSTAKA

Berbagai inovasi digital pada berbagai bidang membuktikan bahwa masyarakat juga turut andil dalam perkembangan zaman yang semakin modern. Berkembangnya bisnis financial technology (fintech) juga ikut mempengaruhi munculnya perusahaan startup yang bergerak di sektor keuangan digital. Salah satu produk finansial digital tersebut adalah uang elektronik (e-money). Dengan munculnya uang elektronik akan memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi finansial tanpa menggunakan uang tunai. Menjamurnya bisnis startup membuat para pelaku usaha ini berlomba-lomba melakukan inovasi-inovasi dalam produk finansial digitalnya, sebut saja Go-Pay dari Go-Jek.

Kehadiran teknologi finansial sangat membantu masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan dan mempermudah melakukan transaksi keuangan dengan sentuhan teknologi di tangan. Dimanapun dan kapanpun masyarakat dapat melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke perusahaan finansial atau mengantri dengan berbagai prosedur seperti perbankan pada umumnya. Fintech bukan merupakan layanan yang diberikan oleh perbankan melainkan model

bisnis baru yang saat ini sangat membantu kebutuhan masyarakat. Jasa-jasa yang diberikan oleh perusahaan penyelenggara fintech membantu masyarakat dalam melaksanakan transaksi keuangan tanpa memiliki rekening seperti yang ada pada perbankan pada umumnya. Sehingga masyarakat tidak perlu menggunakan identitas pribadi dalam melaksanakan transaksi keuangan. Meskipun fintech bukan merupakan lembaga keuangan seperti perbankan namun fintech tetap diatur oleh Bank Indonesia agar konsumen atau masyarakat dapat terlindungi.

Di TAM, keyakinan individu merupakan faktor penentu sikap individu untuk menggunakan sistem dan pada perkembangannya akan berlanjut pada sikap pengembangan niat untuk menggunakan sistem tersebut (*intention to use*), niat ini mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi. Dengan pesatnya teknologi Internet dan konvergensi, para periset telah memodifikasi TAM untuk menunjukkan bukti empirisnya dalam konteks konvergensi. Padahal, banyak peneliti telah mengajukan berbagai model TAM yang telah diperluas (Suyanto & Kurniawan, 2019).

Persepsi manfaat adalah keadaan dimana seorang individu atau kelompok berfikir bahwa sesuatu yang mereka pakai memiliki kegunaan yang dapat membantu apa yang mereka butuhkan atau yang mereka kerjakan. Persepsi manfaat ini dapat tumbuh dari diri sendiri dimana konsumen atau pelanggan ingin mencoba menggunakannya sendiri ataupun atas dorongan dari orang lain. Membangun persepsi manfaat pada konsumen adalah salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menarik konsumen/pelanggan. Dimana jika pelanggan sudah memiliki persepsi kebermanfaat suatu produk atau jasa maka konsumen akan dengan mudahnya untuk menggunakan kembali. Tanpa perlu mengeluarkan biaya yang tinggi untuk periklanan atau biaya promosi lainnya, konsumen akan datang sendiri untuk menggunakan produk atau jasa tersebut, karena produk atau jasa tersebut memang dibutuhkannya (Widiyawati, 2019).

Setiap biaya layanan e-money dirasakan mudah digunakan oleh konsumen, maka biaya layanan kemudian akan diadopsi oleh pelanggan dalam suatu transaksi. Dengan demikian, setiap biaya layanan e-money yang dirasa mudah digunakan oleh konsumen, maka biaya layanan kemudian akan diadopsi oleh pelanggan dalam suatu transaksi (Rahayu, 2018).

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: 1. Rasa ingin Menggunakan 2. Selalu menggunakan 3. Berlanjut menggunakan di masa yang akan datang (Wildan, 2019).

Bagi UMKM, Fintech membantu UMKM untuk mendapatkan kemudahan dan efisiensi di area keuangan. Fintech memberikan banyak solusi keuangan, khususnya bagi bisnis kecil menengah yang ingin berkembang. Perkembangan Fintech diharapkan agar lebih bersifat inklusif (Winarto, 2020). Selain itu, UMKM juga tidak dapat bersaing dengan pelaku bisnis e-commerce karena faktor kemudahan transaksi yang mengakibatkan pelanggan dapat berpindah menggunakan layanan e-commerce (Junadi & Sfenrianto, 2015).

PEMBAHASAN

Minat Menggunakan Fintech dari Segi Aktivitas Responden

Aktivitas responden dalam menggunakan *fintech* tidak memiliki perkembangan yang besar. Karena dari banyak responden yang menggunakan fintech dengan aktivitas keuangan

yang digunakan menggunakan *fintech* dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Berikut penyajian data responden:

Tabel 1 Data Responden Berdasarkan Aktivitas

Aktivitas	Frekuensi	Percent
Pembayaran	70	94%
Investasi	2	3%
lainnya	2	3%
Total	74	100%

Sumber: Data Primer 2020

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa aktivitas responden secara keseluruhan berminat menggunakan *fintech* dengan aktivitas pembayaran sebanyak 70 orang dengan persentasi sebesar 94 %. Dan menggunakan *fintech* dengan aktivitas investasi dan lainnya ada sebanyak 4 orang atau 6 % dari keseluruhan total responden.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Fintech

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau bebas (X) terhadap variabel dependen atau terikat (Y). hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

H1 = Variabel X1 berpengaruh terhadap Y

Tabel 2. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.543	.663		-.819	.416
	Persepsi Kemudahan	.421	.121	.342	3.493	.001
	Persepsi Manfaat	.528	.083	.625	6.381	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Fintech

Sumber: Data diolah, SPSS 26 2020

Dari tabel tersebut dapat dilihat hasil t hitung, sehingga dibandingkan dengan t tabel maka Pengaruh persepsi kemudahan (X1) terhadap minat penggunaan *fintech* (Y) di kota Batam. Hasil perhitungan untuk t hitung (3,493) > t tabel (1,992). Dan pada tingkat signifikan memiliki hasil sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech* (Y).

Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian dari wildan (2019) menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki nilai signifikansi thitung sebesar 0,022. Dari hasil uji statistik t pada persepsi kemudahan penggunaan nilai signifikansi thitung lebih kecil dari 0,05 ($0,022 < 0,05$).

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Fintech

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau bebas (X) terhadap variabel dependen atau terikat (Y). hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.543	.663		-.819	.416
	Persepsi Kemudahan	.421	.121	.342	3.493	.001
	Persepsi Manfaat	.528	.083	.625	6.381	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Fintech

Pengaruh persepsi manfaat (x2) terhadap minat penggunaan fintech (Y) di kota batam. Hasil perhitungan untuk t hitung (6,381) > t tabel (1,992) dan tingkat signifikan dapat terlihat dengan nilai 0,000 < 0,05. Sehingga persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech.

Hasil penelitian selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Suyanto (2019) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,595 dengan nilai t statistics sebesar 2,555 dan p value 0,011. Oleh karena p value 0,011 lebih kecil dari 0,05 berarti bahwa Persepsi Kegunaan (POU) memiliki hubungan positif terhadap minat menggunakan fintech

Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Fintech

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui semua variabel independen (X1, X2) yang ada dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1155.386	2	577.693	334.479	.000 ^b
	Residual	122.627	71	1.727		
	Total	1278.014	73			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Fintech

b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan

Sumber: Data diolah, SPSS 26 2020

Berdasarkan tabel perhitungan diatas diperoleh nilai Fhitung dibandingkan dengan Ftabel (334,479 > 3.12) dan nilai signifikan 0.000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa Hipotesis diterima. Nilai Fhitung > dari Ftabel sehingga hipotesis diterima secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan fintech di kota Batam (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengaruh persepsi kemudahan (X1) terhadap minat penggunaan fintech (Y) di kota Batam. Hasil perhitungan untuk t hitung (3,493) > t tabel (1,992). Sehingga persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech (Y). Artinya, individu merasa mudah dalam menggunakan fintech. Pengaruh persepsi manfaat (x2) terhadap minat penggunaan fintech (Y) di kota Batam. Hasil perhitungan untuk t hitung (6,381) > t tabel (1,992). Sehingga persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech. Artinya individu merasa manfaat dari fintech untuk aktivitas keuangan usaha. Secara keseluruhan nilai signifikan $0.000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Hipotesis diterima. Nilai F hitung > dari F tabel sehingga hipotesis diterima secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan fintech di kota Batam (Y).

Saran

UMKM dapat menggunakan fintech sebagai aktivitas keuangan yang tidak hanya melakukan pembayaran saja tetapi banyak fungsi lain yang dimiliki oleh fintech yang dapat bernilai manfaat bagi penggunanya. Bagi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro agar dapat menambah pengetahuan UMKM melalui pelatihan dan pembinaan mengenai penggunaan digital yang sudah dapat mengembangkan usaha secara efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Harto, B., & Komalasari, R. (2020). Optimalisasi Platform Online Internet Marketing. Empowerment in the Community, 1-6.
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-Payment System In Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59(Iccsci), 214–220. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>
- Kartika, A. (N.D.). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang). 148, 148–162.
- Prajanto, A. P., & Dian Pratiwi, R. (2019).. *Industrial Revolution 4.0: Design Of Financial Accounting System And Transaction Development*, P-ISSN 2526-4440 E-ISSN 2086-374810(November), 133–148.
- Rahayu, R. W. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GO PAY Dari PT . GOJEK Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Sleman Dan Kota Yogyakarta). Universitas Islam Indonesia, 101.
- Rukmana, A. Y., Harto, B., & Gunawan, H. (2021). Analisis Urgensi Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dan Peranan Society5.0 dalam Perspektif Ilmu Pendidikan Kewirausahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, Vol 13 No 1, 8–23.

- Suyanto, S., & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan Fintech Pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1). <https://doi.org/10.31316/Akmenika.V16i1.166>.
- Widiyawati. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Persepsi Manfaat Fitur Go-Pay Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek.
- Wildan, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech Dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V3i1.132>.