

PENGEMBANGAN MODEL TAM TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* SHOPEEPAY PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS BUNG HATTA

Febriani¹⁾, Yuhelmi²⁾

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email : febriaanii23@gmail.com, yuhelmi@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengganti gaya hidup masyarakat pada saat ini. Masyarakat yang semula menggunakan cara-cara konvensional dituntut untuk mampu beradaptasi dan mulai beralih mengikuti perkembangan era digital. Teknologi yang berkembang saat ini yaitu teknologi pembayaran yang merupakan bagian dari *financial technology* (fintech). *Financial technology* (fintech) adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk layanan, teknologi, atau model bisnis baru dalam kegunaan sistem pembayaran. Salah satu produk keuangan digital adalah *e-wallet*. Dari banyaknya *e-wallet* yang ada, salah satu *e-wallet* yang paling sering digunakan saat ini yaitu ShopeePay. ShopeePay merupakan *e-wallet* yang dikeluarkan oleh *e-commerce* Shopee. ShopeePay disebut sebagai layanan uang elektronik yang berfungsi sebagai alat pembayaran untuk bertransaksi di aplikasi Shopee dan pembayaran secara *offline* di *Merchant* ShopeePay [1]. Hasil survey terhadap mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menunjukkan minat masih dikategorikan rendah. Saat menggunakan teknologi salah satu hal yang dapat menarik minat bagi pengguna adalah kemudahannya. Persepsi kemudahan dalam teori TAM dapat diartikan sebagai persepsi pengguna terhadap kemudahan dari teknologi *fintech* [2]. Persepsi manfaat yaitu mengacu pada keyakinan individu bahwa penggunaan *fintech* akan meningkatkan kinerja usahanya. [3]. Selain persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dalam Model TAM, yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan *fintech* adalah faktor sosial, literasi keuangan digital dan risiko. Faktor sosial adalah tindakan seseorang dapat dipahami melalui pengetahuan tentang apa yang telah dipelajari dari lingkungan sosialnya [4]. Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangan [5]. Risiko yaitu sebagai suatu keadaan yang harus dihindari dalam melakukan aktivitas apapun, termasuk dalam penggunaan *fintech* [6].

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* [7], penentuan jumlah sampel dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* maka jumlah sampel minimal 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini memiliki sebanyak 140 orang dari hasil 7 variabel [7]. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google form* dengan skala likert lima jawaban. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat penggunaan *fintech* dan penggunaan shopeepay (*actual use*) [7]. Variabel independen pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, faktor sosial, literasi keuangan digital dan risiko.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alat pengujian menggunakan SmartPLS dengan uji *Structur Model Assessment (SMA)*. Pengujian Hipotesis PLS bergantung pada prosedur *bootstrapping* non parametrik untuk menguji signifikansi koefisiensinya [8].

Tabel 1 : Hasil Uji Hipotesis

	Original sample	T statistics	P values	Keterangan
FS -> Minat	0.498	5.539	0.000	Diterima
FS -> PK	0.194	1.850	0.064	Ditolak
FS -> PM	0.338	4.999	0.000	Diterima
LKD -> Minat	0.119	1.466	0.143	Ditolak
Minat -> AUS	0.593	5.095	0.000	Diterima
PK -> Minat	0.189	2.872	0.004	Diterima
PK -> PM	0.364	4.467	0.000	Diterima
PM -> Minat	-0.016	0.234	0.815	Ditolak
Risiko -> Minat	0.244	2.066	0.039	Ditolak
Risiko -> PM	0.099	1.256	0.209	Ditolak

Berdasarkan Tabel 1. Diatas terlihat bahwa persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay* memperoleh *T statistic* dengan nilai P-value sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 sehingga persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay*, (H2) persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay* memperoleh *T statistic* dengan nilai P-value sebesar 0,815 lebih besar dari 0,05 sehingga persepsi manfaat berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay*. (H3) faktor sosial terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay* memperoleh *T statistic* dengan nilai P-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay*. (H4) literasi keuangan digital terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay* memperoleh *T statistic* dengan nilai P-value sebesar 0,143 lebih besar dari 0,05. Sehingga tidak terdapat pengaruh literasi keuangan digital terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay*. (H5) Risiko terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay* memperoleh *T statistic* dengan nilai P-value sebesar 0,039 lebih kecil dari 0,05. Sehingga risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay*, karena tidak sesuai dengan hipotesis maka risiko ditolak. (H6) minat penggunaan *fintech* terhadap penggunaan *shopeepay (actual use)* memperoleh *T statistic* dengan nilai P-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga minat penggunaan *fintech* berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopeepay*. (H7) persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat memperoleh *T statistic* dengan nilai P-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. (H8) faktor sosial terhadap persepsi kemudahan memperoleh *T statistic* dengan nilai P-value sebesar 0,064 lebih besar dari 0,05 sehingga faktor sosial tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan. (H9) faktor sosial terhadap persepsi manfaat memperoleh *T statistic* dengan nilai P-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga faktor sosial berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. (H10) risiko terhadap persepsi manfaat memperoleh *T statistic* dengan nilai P-value sebesar 0,209 lebih besar dari 0,05 sehingga risiko berpengaruh negatif terhadap persepsi manfaat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan telah melalui tahap pengolahan data maka ditemukanlah bahwa persepsi kemudahan terhadap

minat menggunakan *fintech ShopeePay*, faktor sosial terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay*, persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat, faktor sosial terhadap persepsi manfaat, minat penggunaan *fintech* terhadap penggunaan *shopeepay* diterima, dan persepsi manfaat terhadap variabel minat menggunakan *fintech ShopeePay*, literasi keuangan digital terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay*, risiko terhadap minat menggunakan *fintech ShopeePay*, faktor sosial terhadap persepsi kemudahan, risiko terhadap persepsi manfaat ditolak. Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka daripada itu Penelitian yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dengan variabel dan responden yang berbeda, Saran tersebut untuk mendorong penelitian meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rusadi, F., & Benuf, K. (2020). Fintech Peer to peer Lending as a Financing Alternative for the Development MSMEs in Indonesia. *Legality: Jurnal Ilmiah Hukum*, 28(2), 232–244. <https://doi.org/10.22219/ljih.v28i2.12865>.
- [2] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- [3] Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- [4] Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 24(2), 245–258.
- [5] Yushita, A. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal*, 4(1), 11–26.
- [6] Suryanto. (2017). *Manajemen Risiko dan Asuransi*. Banten: Universitas Terbuka
- [7] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [8] Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.