



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN  
PERSEPSI MANFAAT TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN  
PADA PEMBAYARAN DIGITAL**

SKRIPSI

Dinda Yulia Suparta

1702025133

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2021

**HALAMAN JUDUL**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN  
PERSEPSI MANFAAT TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN  
PADA PEMBAYARAN DIGITAL**

**SKRIPSI**

**Dinda Yulia Suparta**

**1702025133**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PEMBAYARAN DIGITAL”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Jakarta, Februari 2021  
Yang Menyatakan,



(Dinda Yulia Suparta)  
NIM 1702025133

**PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**JUDUL** : **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN DAN PERSEPSI  
MANFAAT TERHADAP SIKAP  
PENGUNAAN PADA PEMBAYARAN**

**NAMA** : **DINDA YULIA SUPARTA**

**NIM** : **1702025133**

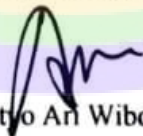
**PROGRAM STUDI** : **MANAJEMEN**

**TAHUN AKADEMIK** : **2021**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Dr. Yadi Nurhayadi, S.E., M.M.	
Pembimbing II	Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.	

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

  
Dr. Aditjo Ari Wibowo, M.M.

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI  
MANFAAT TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PEMBAYARAN  
DIGITAL**

yang disusun oleh:  
Dinda Yulia Suparta  
1702025133

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu  
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

Dr. HAMKA

Pada tanggal : 24 Februari 2021

**Tim Penguji:**

Ketua, merangkap anggota :

(Dr., Asep Sarman, MBA.)

Sekretaris, merangkap anggota :

(Faizal Ridwan Zamzani, S.E., M.M.)

Anggota :

(Deni Adha Akbari., S.E., M.Si.)

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr.

HAMKA

Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Prof. Dr.

HAMKA

Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

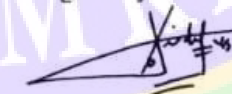
Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Yulia Suparta  
NIM : 1702025133  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PEMBAYARAN DIGITAL”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta Timur  
Pada tanggal : 15 Februari 2021  
Yang Menyatakan



(Dinda Yulia Suparta)

## RINGKASAN

**Dinda Yulia Suparta (1702025133)**

### **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN PADA PEMBAYARAN DIGITAL**

*Skripsi, Program Strata Satu Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. 2021. Kota Bekasi.*

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Pembayaran Digital, OVO dan Go-Pay.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital, yaitu OVO dan Go-pay.

Variabel yang diteliti adalah “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat” sebagai objek peubah dan “Sikap Penggunaan pada Pembayaran Digital oleh OVO dan Go-Pay” sebagai objek pengamatan. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran online pada Google Form yang disebarakan kepada Mahasiswa – Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA tahun angkatan 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital. Populasi yang digunakan sebanyak 312 individu yang terdaftar sebagai mahasiswa – mahasiswi jurusan manajemen tahun angkatan 2017 di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Terdapat 105 sampel yang memenuhi kriteria penelitian ini. Teknik pengolahan dan analisis data meliputi uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi dan koefisien korelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital dan secara parsial variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital. Untuk uji simultan menunjukkan bahwa variabel persepsi

kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini menyatakan variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital sebanyak 56,8%, sedangkan 43,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Oleh sebab itu, disarankan kepada pengguna khususnya tiap individu yang menggunakan OVO dan Go-Pay sebagai transaksi pembayaran digital dapat melihat kemanfaatan dari penggunaan produk OVO dan Go-Pay juga harus ditingkatkan, semakin bermanfaat dan efektif penggunaan produk OVO dan Go-Pay maka sikap yang akan dikeluarkan oleh para pengguna OVO dan Go-Pay akan lebih positif kedepannya serta memicu penggunaan yang lebih banyak dari sebelumnya.



## ABSTRACT

**Dinda Yulia Suparta (1702025133)**

### **THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE AND PERCEIVED USEFULNESS ON ATTITUDE TOWARDS USING DIGITAL PAYMENTS**

*The Thesis of Bachelor Degree Program. Managemnt Major. Economical and Bisnis Faculty of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2021. Jakarta*

*Keyword : Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Digital Payment, OVO and Go-Pay*

This research is aimed to find out how the Perception Of Ease Of Use (PEOU) and the Perception Of Usefulness (POU) on Attitude Towards Using (ATU) Digital Payments, namely OVO and Go-Pay.

This study aims to determine the effect of perceived ease of use and perceived benefits on attitudes to use in digital payments. The population used was 312 individuals registered as students majoring in management in the year 2017 at University of Prof. DR. HAMKA. There are 105 samples that meet the criteria for this study. Data processing and analysis techniques include research instrument testing, classical assumption test, hypothesis testing, multiple linear regression analysis, determination coefficient test and correlation coefficient. The results of this study indicate that partially the perceived ease of use variable has no effect on the attitude of use in digital payments and partially the perceived benefit variable has a positive and significant effect on the attitude of use in digital payments. The simultaneous test shows that the variables of perceived ease of use and perceived benefits have a positive and significant effect on usage attitudes towards digital payments. The results of the coefficient of determination in this study state that the variable perceptions of ease of use and perceived benefits affect the attitude of use in digital payments by 56.8%, while 43.2% are influenced by other variables not included in this study.

Therefore, it is recommended that users, especially individuals who use OVO and Go-Pay as digital payment transactions, can see that the benefits of using

OVO and Go-Pay products must also be improved, the more useful and effective the use of OVO and Go-Pay products is will be issued by OVO users and Go-Pay will be more positive in the future and trigger more usage than before.



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

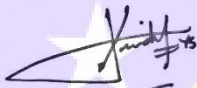
Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan kepada zaman yang terang benderang seperti saat ini. Pada kesempatan kali ini, saya penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum. Selaku rector Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
2. Bapak Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
3. Bapak Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
4. Bapak Dr. Yadi Nurhayadi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I, dosen yang paling sabar dan perhatian terhadap anak – anak bimbingannya. Terima kasih atas bimbingan dan saran – saran dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas bimbingannya dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Tupi Setyowati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik. Terima kasih atas bimbingannya dalam menyelesaikan dan memberikan saran terhadap penulis di setiap semesternya.
7. Dosen – dosen yang telah memberikan ilmu yang berguna selama penulis belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

8. Kedua orang tua dan keluarga tersayang yang terus memberikan semangat beserta do'a dan dukungan untuk setiap aktivitas yang penulis kerjakan selama proses pembelajaran kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman – teman 7 U Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
10. Jihan Afifah Fauziah, Shifa Fauziah BM, Rahmah Putri Wijayanti, Restiana Bening Rahayu yang senantiasa telah menghibur dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

Jakarta, 15 Februari 2021

  
(Dinda Yulra Suparta)



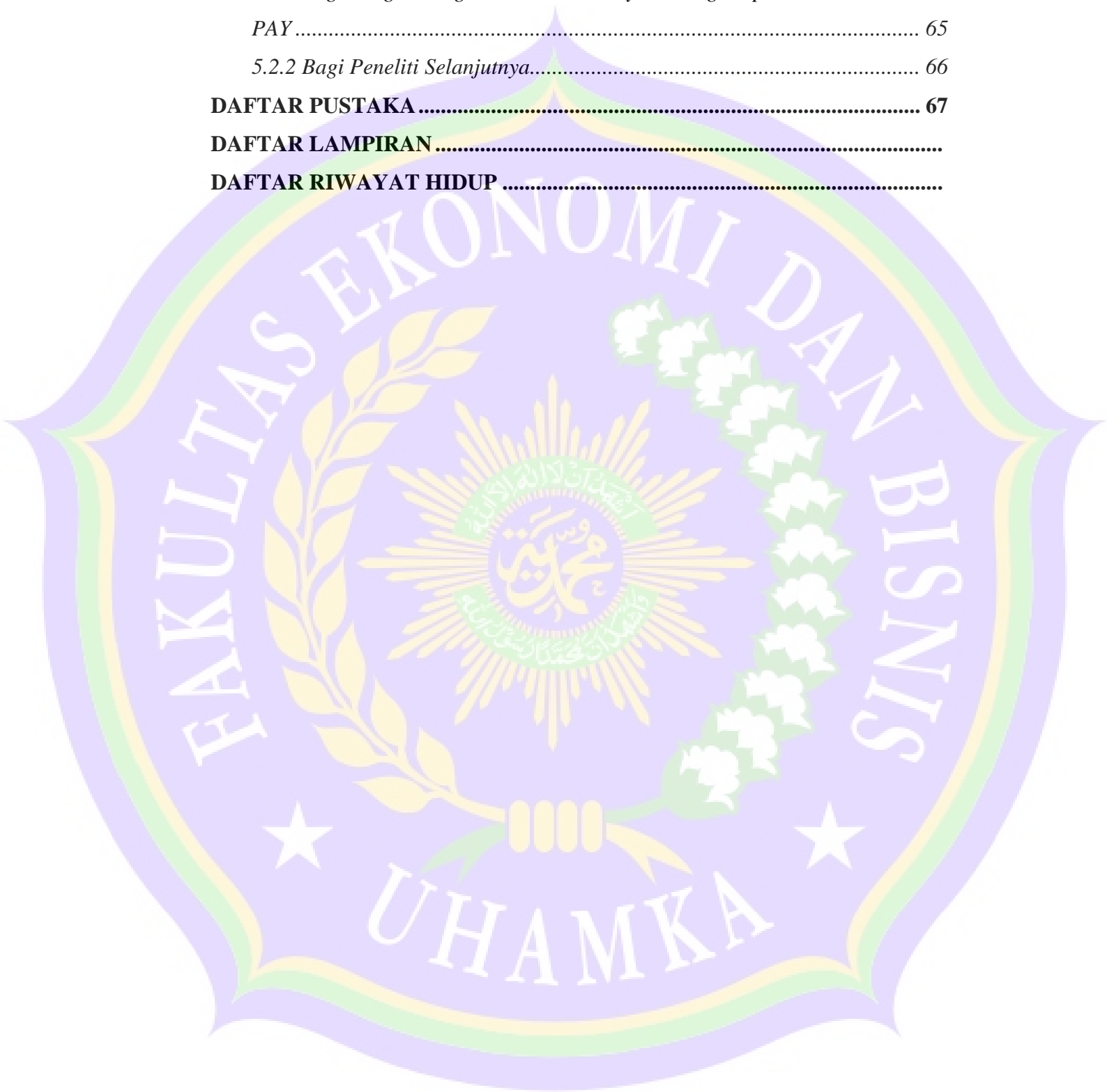
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
RINGKASAN .....	vi
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2 Batasan Masalah .....	8
1.2.3 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan.....	9
1.4 Manfaat .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Telaah Pustaka .....	24
2.2.1 <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	24
2.2.1.1 <i>Jenis-jenis Financial Technology (Fintech)</i> .....	25
2.2.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	28
2.2.2.1 <i>Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness)</i> .....	29
2.2.2.2 <i>Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)</i> .....	29

2.2.2.3 Sikap ( <i>Attitude</i> ) .....	30
2.3 Kerangka Penelitian Teoritis .....	31
2.4 Rumusan Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Metode Penelitian .....	34
3.2 Operasional Variabel .....	34
3.2.1 Variabel <i>Dependen</i> .....	34
3.2.2 Variabel <i>Independen</i> .....	35
3.3 Populasi dan Sampel .....	36
3.3.1 <i>Populasi</i> .....	36
3.3.2 <i>Sampel</i> .....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4.1 <i>Tempat dan Waktu Penelitian</i> .....	37
3.4.2 <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	37
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	38
3.5.1 <i>Uji Instrumen Penelitian</i> .....	38
3.5.1.1 <i>Uji Validitas</i> .....	38
3.5.1.2 <i>Uji Reliabilitas</i> .....	39
3.5.2 <i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	39
3.5.2.1 <i>Uji Normalitas</i> .....	39
3.5.2.2 <i>Uji Multikolinearitas</i> .....	40
3.5.2.3 <i>Uji Heteroskedastisitas</i> .....	40
3.5.2.4 <i>Uji Autokorelasi</i> .....	41
3.5.3 <i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> .....	41
3.5.4 <i>Pengujian Hipotesis</i> .....	42
3.5.4.1 <i>Uji T (T-test)</i> .....	42
3.5.4.2 <i>Uji F (F-test)</i> .....	43
3.5.5 <i>Analisis Koefisien Determinasi dan R Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	43
3.5.5.1 <i>Koefisien Determinansi (R<sup>2</sup>)</i> .....	43
3.5.6 <i>Analisis Koefisien Korelasi</i> .....	44
3.5.6.1 <i>Analisis Koefisien Korelasi Berganda</i> .....	44

3.5.6.2 Analisis Koefisien Korelasi Parsial.....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Lokasi Penelitian .....	45
4.1.2 Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UHAMKA .....	46
4.1.2.1 Sejarah UHAMKA.....	46
4.1.2.2 Visi, Misi, dan Tujuan UHAMKA.....	46
4.1.3 Deskriptif Responden.....	47
4.1.3.1 Karakteristik Responden.....	47
4.1.3.1.1 Jenis Kelamin .....	48
4.1.3.1.2 Umur.....	48
4.1.3.1.2 Frekuensi Penggunaan OVO dan Go-Pay .....	49
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan.....	50
4.2.1 Uji Instrumen Penelitian.....	50
4.2.1.1 Uji Validitas.....	50
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.2.2.1 Uji Normalitas .....	51
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas .....	51
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.2.2.4 Uji Autokorelasi.....	54
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	56
4.2.4.1 Uji T (T-test).....	56
4.2.4.2 Uji F (F-test).....	57
4.2.5 Analisis Koefisien Determinansi (R <sup>2</sup> ) dan Korelasi.....	58
4.2.5.1 Koefisien Determinansi (R <sup>2</sup> ) dan Korelasi .....	58
4.3 Pembahasan .....	59
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran – saran .....	65

5.2.1 Bagi Pengembangan Produk Pembayaran Digital pada OVO dan Go-PAY .....	65
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	



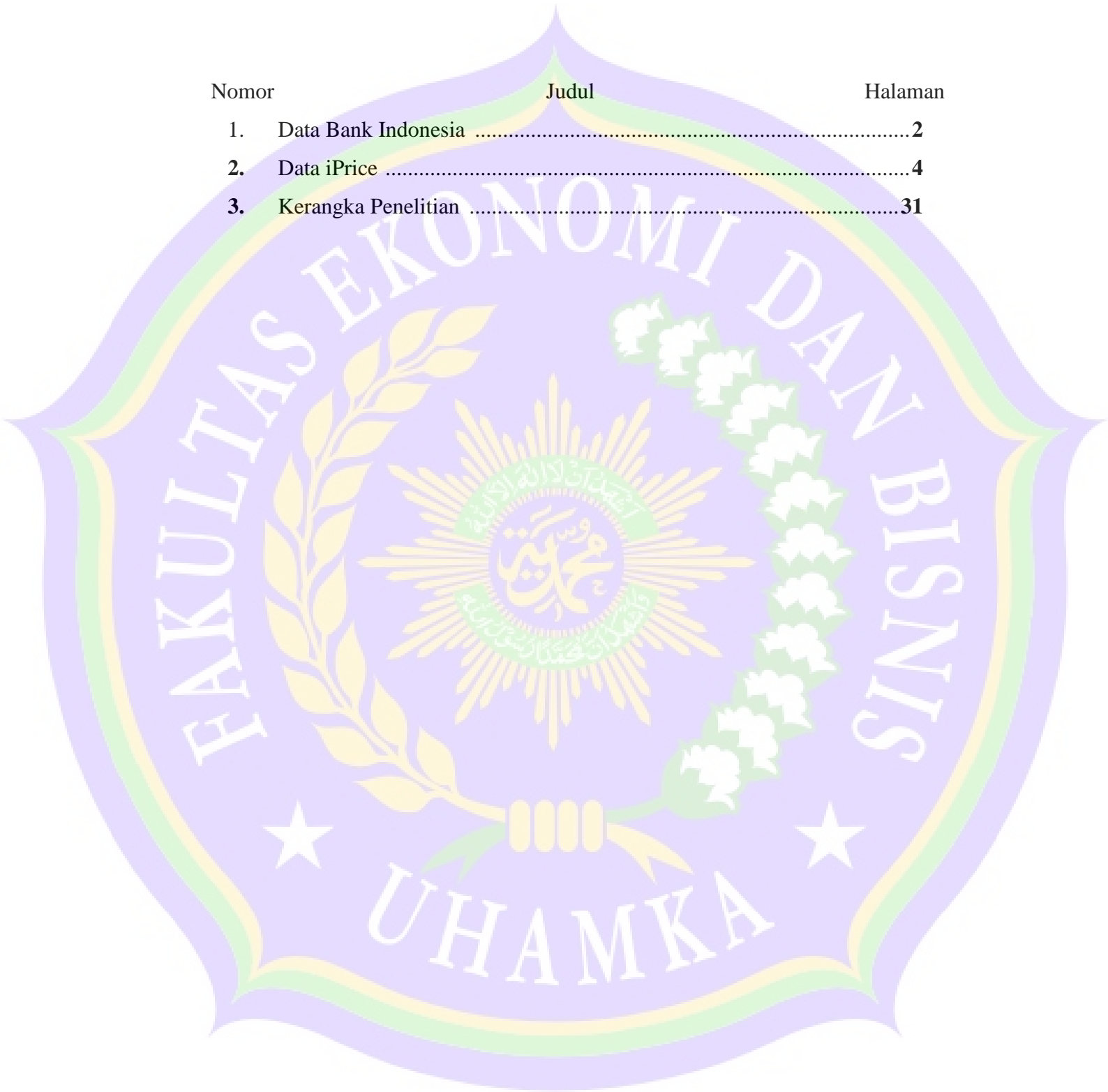


## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Gambaran Penelitian Terdahulu.....	15
2.	Dimensi dan Indikator Variabel Dependen.....	35
3.	Dimensi dan Indikator Variabel Independen .....	36
4.	Data Jenis Kelamin .....	48
5.	Data Umur Responden .....	48
6.	Data Frekuensi Penggunaan OVO dan Go-Pay .....	49
7.	Uji Validitas .....	50
8.	Uji Multikolinearitas .....	52
9.	Uji Heteroskedastisitas .....	53
10.	Uji Autokorelasi .....	54
11.	Nilai Durbin Watson .....	54
12.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
13.	Uji T ( <i>T-test</i> ) .....	56
14.	Uji F ( <i>F-test</i> ) .....	58
15.	Koefisien Determinansi dan Korelasi .....	59

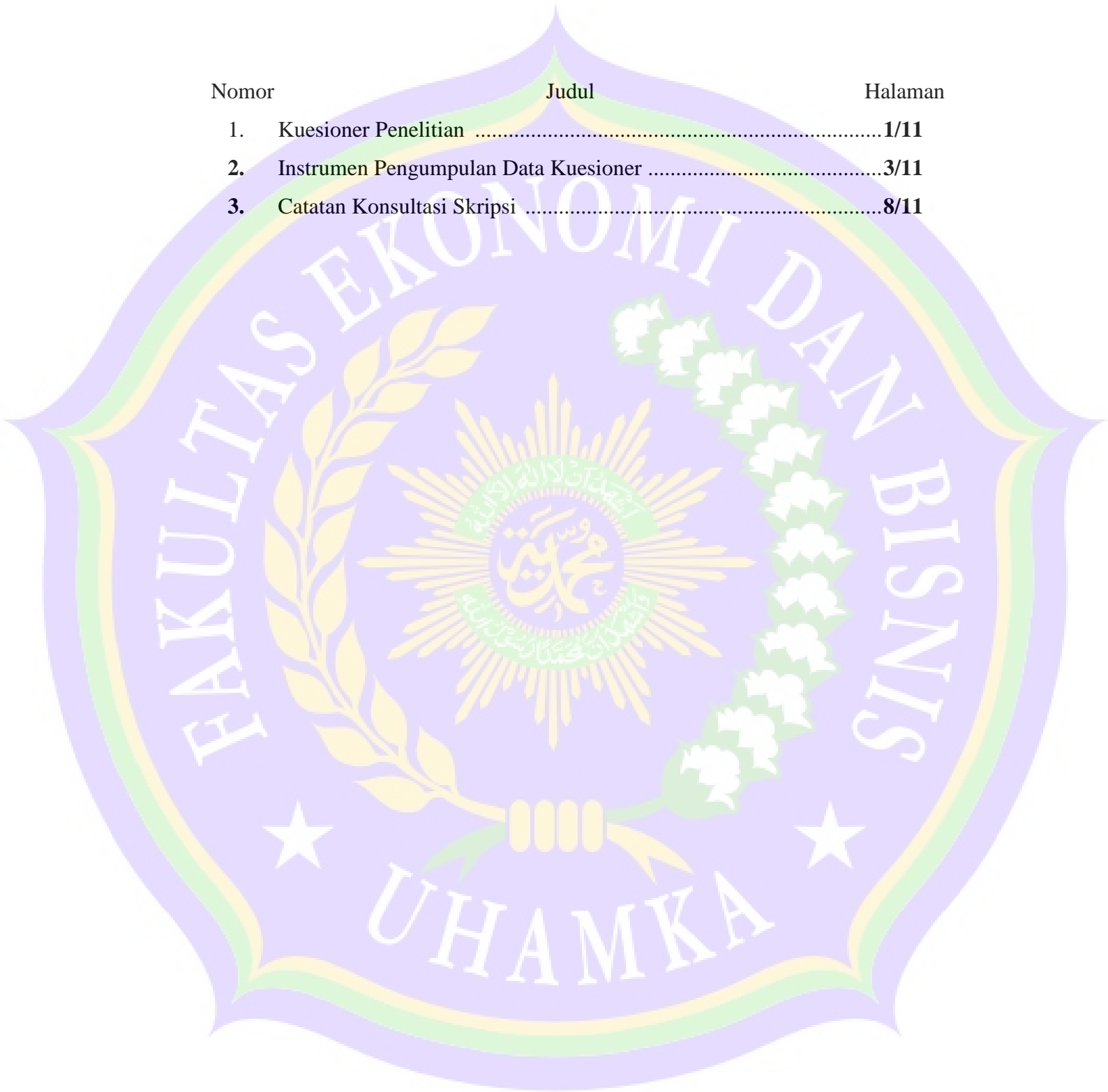
## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Data Bank Indonesia .....	2
2.	Data iPrice .....	4
3.	Kerangka Penelitian .....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	1/11
2.	Instrumen Pengumpulan Data Kuesioner .....	3/11
3.	Catatan Konsultasi Skripsi .....	8/11



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Organisasi kesehatan dunia (WHO) menyatakan bahwa virus Corona (Covid-19) ditetapkan sebagai pandemi global pada 11 Maret 2020. Covid-19 dikonfirmasi keberadaannya pertama kali di China pada 31 Desember 2019 dengan kasus terbanyak sebesar 278 kasus pada 20 Januari 2020 diikuti oleh Jepang dan Korea Selatan (Aida, 2020). Indonesia merupakan negara terpadat keempat dengan jumlah penduduk sebanyak 260.580.739 penduduk, dan dikonfirmasi tidak adanya penyebaran Covid-19 pada periode Desember 2019 hingga Februari 2020. Namun pada 2 Maret 2020, Presiden Republik Indonesia Joko Widodo untuk pertama kalinya mengkonfirmasi adanya dua kasus terinfeksi Covid-19 dan berlangsung menyebar sebanyak 893 kasus yang terkonfirmasi, 102 kasus baru dan jumlah kematian sebanyak 78 kasus (Djalante et al., 2020).

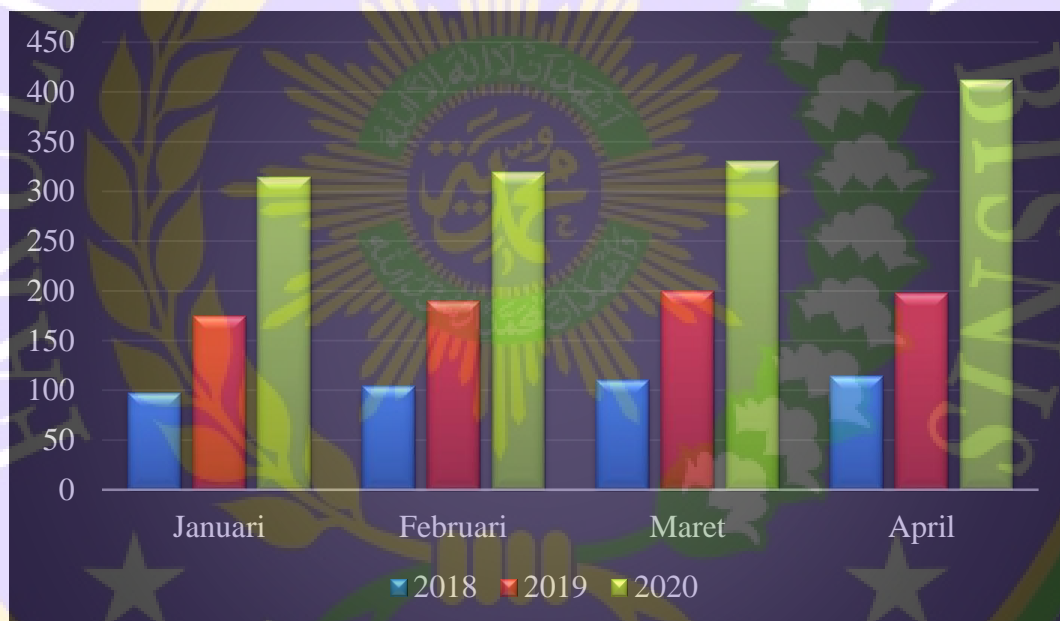
Pemerintah mengeluarkan empat strategi yang dinilai akan memutus mata rantai penyebaran Covid-19, antara lain *physical distancing*, penelusuran kontak, edukasi masyarakat untuk isolasi mandiri, isolasi rumah sakit. Strategi ini dilakukan untuk menurunkan dan menunda puncak pandemi, maka pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan terutama pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang termasuk kedalam kategori strategi pertama dalam memutus rantai penyebaran (*physical distancing*). Dengan adanya pembatasan sosial berskala besar, masyarakat tetap dapat beraktivitas meski dibatasi.



Berlakunya aturan pembatasan sosial berskala besar membuat aktivitas masyarakat di dalamnya menjadi terbatas, termasuk aktivitas pasar yang tertekan akibat berkurangnya penjualan secara drastis. Pembatasan sosial berskala besar atau biasa disebut dengan Social dan/atau Physical distancing sangat dibutuhkan di tengah pandemi covid-19, hal tersebut memicu masyarakat dalam menggunakan transaksi secara online. Berdasarkan data yang diperoleh Bank Indonesia, pandemi berhasil meningkatkan penggunaan masyarakat dalam bertransaksi online.

Gambar 1.

Data Bank Indonesia



(Sumber: Bank Indonesia)

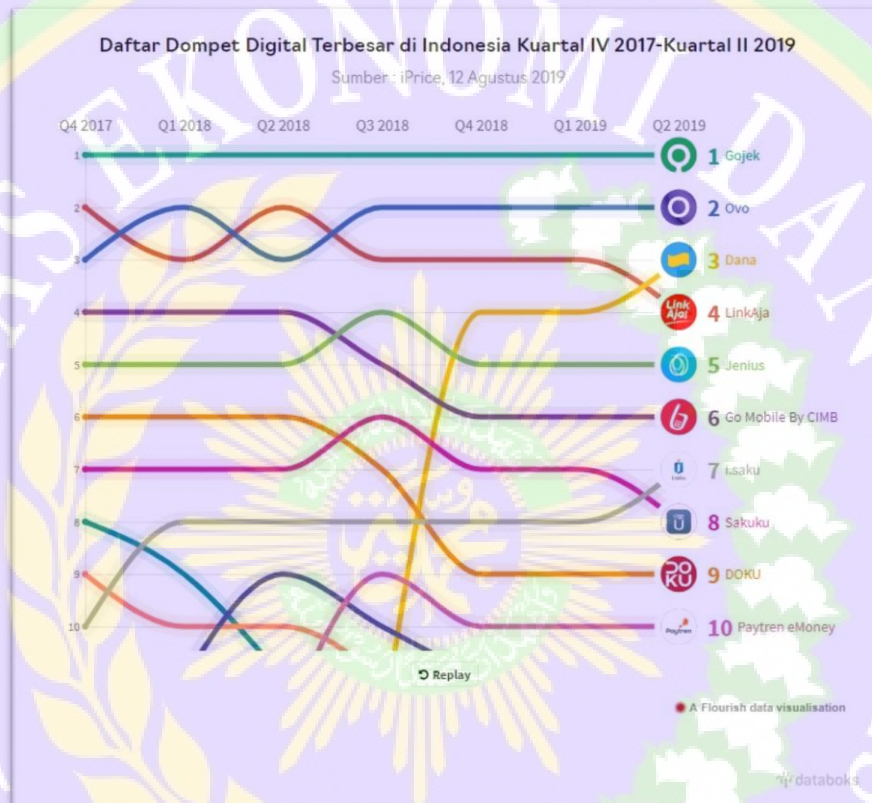
Hadirnya fintech merupakan suatu solusi atas permasalahan pandemi covid-19 terutama perusahaan keuangan tradisional yang tidak maksimal dalam melayani masyarakat secara menyeluruh serta keterbatasan karena memiliki aturan-aturan ketat dalam melayani masyarakat. Transaksi online hadir dengan memudahkan masyarakat dalam memenuhi keinginannya. Perubahan perilaku atau sikap

masyarakat dari bertransaksi offline menjadi online merupakan peluang untuk berkembang meskipun perubahan perilaku dan sikap dapat terjadi ketika pandemi berakhir. Namun, hal ini menjadi peluang untuk sektor industri di era new normal.

Pandemi covid-19 menjadi pacuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sistem pembayaran menjadi digital. Keberadaan pembayaran digital di Indonesia diharapkan dapat meningkatkan transaksi keuangan yang meliputi proses pembayaran, transfer, maupun jual beli. Pembayaran digital (*digital payment*) merupakan salah satu mediasi kebutuhan masyarakat di tengah pandemi ini sehingga tidak menutup kemungkinan masyarakat untuk melakukan pembayaran secara digital. Kebiasaan bertransaksi secara online mendorong pertumbuhan pada layanan digital payment. Berdasarkan data BI (Bank Indonesia) terdapat 38 layanan pembayaran digital berlisensi. Banyaknya pemain industri lokal fintech Indonesia menjadikan pembayaran digital masih menjadi pilihan terunggul untuk solusi *cashless* di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari App Annie, sudah terdapat lima pembayaran digital dengan pemakai aktif bulanan terbanyak dikuasai oleh produk lokal yaitu Go-pay, OVO, Dana, LinkAja, dan Jenius (Devita, 2019).

Gambar 2.

Data iPrice



(Sumber: iPrice, 12 Agustus 2019)

Go-Pay masih menjadi salah satu produk startup di Indonesia yang berhasil menjadi pengguna aktif e-wallet terbesar di Indonesia, sebanyak 30% total pengguna berhasil didapati oleh Go-Pay. Pada Februari 2019, Go-Pay telah berhasil memperoleh angka transaksi sebesar 70% didapat dari pengguna Go-Pay sebagai transaksi pembayaran. Go-Pay menjadi pembayaran utama, terutama untuk layanan Go-Food yang merupakan layanan jasa pengantar makanan terbesar di Asia

Tenggara. Dana sebagai pendatang baru di Indonesia menunjukkan peningkatan penggunaan pada kuartal 2 tahun 2019, namun Dana turun pada posisi ketiga digantikan oleh OVO pada periode yang sama. Pengguna OVO meningkat, OVO menjadi metode pembayaran transportasi di Indonesia dan melebarkan kerjasama dengan e-commerce Indonesia, seperti Tokopedia. OVO mengalami peningkatan dalam kategori pengguna aktif bulanan (Rachmatunnisa, 2019).

Pembayaran digital salah satu solusi oleh fintech yang telah memperoleh pengguna dari berbagai generasi. Keunikan terlihat dari perbedaan dari berbagai generasi yang menggunakan pembayaran digital. Kesederhanaan dan kecepatan teknologi ini telah menyebabkan banyak orang untuk menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan teknologi berbeda untuk beberapa generasi misalnya generasi tua dapat menganggap bahwa digital payment ini sulit digunakan, sedangkan generasi muda dapat menganggap bahwa hal ini merupakan sesuatu yang mudah untuk diterima. Fenomena ini memunculkan ketertarikan peneliti untuk melihat bagaimana sikap penggunaan masyarakat pada generasi millenials yang sudah maupun belum menggunakan digital payment pada masa pandemi Covid-19 terhadap penggunaan pembayaran digital (*digital payment*) khususnya OVO dan Go-Pay. Penelitian ini berfokus pada tingkat penerimaan dalam teknologi sistem pembayaran Go-pay pada Gojek dan OVO pada Grab. Peneliti menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk mengukur tingkatan penerimaan dengan beberapa poin yang termasuk dalam TAM, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dengan usia atau generasi sebagai variabel moderasi.



*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori yang dapat menjelaskan dan menganalisis penerimaan pada tiap individu terhadap penggunaan teknologi. Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Davis tahun 1989 menjadikan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai alat untuk mengukur atau menganalisis bentuk sikap penerimaan individu terhadap suatu penggunaan teknologi. TAM banyak dipakai dalam memprediksi tingkat akseptasi pemakai berdasarkan persepsi terhadap kegunaan dalam berteknologi dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan anggapan individu bahwa dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi maka tidak perlu menggunakan banyak usaha yang tentunya mempersulit individu. Pada hakikatnya setiap pembaruan teknologi diciptakan guna untuk memudahkan penggunaannya.

Persepsi manfaat merupakan hal yang dirasakan oleh konsumen tentang layanan baru untuk memberikan manfaat serta membantu meningkatkan kinerja ketika memakai layanan tersebut. Performa kinerja diartikan pada konteks transaksi pembayaran secara digital payment.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Liebana-Cabanillas tes telah diadakan dengan menggunakan variabel di beberapa poin termasuk model TAM yang kemudian dibandingkan dengan persepsi kemudahan penggunaa, persepsi manfaat, dan sikap. Fontes melakukan penelitian yang serupa dengan metode yang berbeda, menentukan apa penyebab utama yang dapat memengaruhi warga negara untuk menggunakan digital payment untuk transportasi umum di dua tempat yang

memiliki perbedaan karakteristik. Penelitian ini berfokus pada digital payment berupa OVO dan GOPAY terkait dengan sikap serta intensitas penggunaan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan maka akan dilakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*), dan Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap Sikap Penggunaan pada Pembayaran Digital”. Dengan variabel dependen (Y) adalah Sikap Penggunaan (*Attitude Towards Using*) dan variabel independen (X) adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) (X1) dan Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) (X2). Dengan objek penelitian yaitu mahasiswa FEB UHAMKA jurusan Manajemen tahun angkatan 2017.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka identifikasi masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pembayaran digital sudah mulai dikenal di beberapa negara, namun literatur perkembangan pembayaran digital di Indonesia masih kurang dirasakan.
2. Adanya Covid-19 membawa permasalahan bagi setiap individu yang mengharuskan individu harus menggunakan pembayaran digital sebagai suatu cara untuk mengantisipasi pengurangan penyebaran Covid-19.
3. Perubahan perilaku atau sikap dapat terjadi ketika pandemic berakhir namun perilaku atau sikap pada setiap individu dari bertransaksi offline menjadi online merupakan peluang beberapa sektor untuk berkembang.

4. Berkembangnya pembayaran digital menimbulkan pertanyaan mengenai permasalahan generasi millenials memandang suatu teknologi baru.
5. Para generasi millenials cenderung sering menggunakan pembayaran digital pada saat pandemi covid-19.

### **1.2.2 Batasan Masalah**

Batasan masalah dilakukan dalam menetapkan batasan-batasan dari masalah penelitian yang berguna untuk melihat bagaimana persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) mempengaruhi sikap penggunaan pada pembayaran digital (*digital payment*) dan apakah keduanya masuk kedalam ruang lingkup masalah penelitian. Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penelitian ini dibatasi pada satu variabel terikat dan dua variabel bebas.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah sikap penggunaan (*attitude towards using*). Sedangkan variabel bebas terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Periode data yang dianalisis adalah periode data dimulai dari Januari 2020 sampai dengan Desember 2020 yang berlokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

### **1.2.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan pada sikap penggunaan pada pembayaran digital?

2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital ?
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital?

### **1.3 Tujuan**

Sehubungan dengan judul penelitian serta rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh persepsi manfaat (POU) terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) dan persepsi manfaat (POU) terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital

### **1.4 Manfaat**

Setelah penelitian ini dilaksanakan maka diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pengambil Kebijakan  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan kepada setiap pengambil kebijakan dalam menilai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan pada pembayaran digital.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan literatur baru bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru mengenai teknologi pembayaran digital dan melatih diri untuk menerapkan sisi positif dari penggunaan teknologi pembayaran berbasis digital (digital payment).





## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2016). Investigating the influence of the most commonly used external variables of TAM on students' Perceived Ease of Use (PEOU) and Perceived Usefulness (PU) of e-portfolios. *Computers in Human Behavior*, 75-87.
- Adiningsih. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Aida, N. R. (2020, January 28). *Rekap Perkembangan Virus Corona Wuhan dari Waktu ke Waktu*. Dipetik June 24, 2020, dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/01/28/054600665/rekap-perkembangan-virus-corona-wuhan-dari-waktu-ke-waktu?page=all>
- Anggraeni. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap Niat untuk penggunaan. *FEB Universitas Brawijaya Malang*, 44.
- Ansofino. (2016). Buku Ajar Ekonometrika.
- Arief Zuliyanto Susilo, d. (2019). A Comparative Study of Factors Affecting User Acceptance of GO-PAY and OVO As a Feature of Fintech Application. 876-844.
- Ashraf. (2016). The Connection and Disconnection between e-commerce business and their customers: Exploring the role of engagement, perceived usefulness, perceived ease of use . 2-44.

- Azwar, S. (2009). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chandra, D. B. (1995). *Pengantar Statistik Kesehatan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran BGC.
- Dadang. (2019). Minat Masyarakat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology di Kota Tangerang. *Simposium Nasional Multidisiplin*, e-ISSN: 2714-5603.
- Dastan. (2016). Factors Affecting the Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis. 17-22.
- Devita. (2019, Agustus 12). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?* Dipetik Juli 01, 2020, dari iPrice: <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Djalante. (2020). Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia. 4-5.
- Gundlapalli. (2018). *Precisions Healthcare through Informatics*. Amsterdam: IOS Press BV .
- Hadi. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hansen. (2017). Risk, Trust, and the Interactions of Perceived Ease of Use and Behavioral Control in Predicting Consumers Use of Social Media for Transactions. 1-21.
- Hatmawan. (2020). Dalam *Metode Riset Penelitian Kuantitatif : Penelitian di bidang Manajemen, Teknik. Pendidikan dan Eksperimen* (hal. 214). Sleman: Deepublish.

- Hatmawan. (2020). Dalam *Metode Riset Penelitian Kuantitatif : Penelitian di bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (hal. 141-143). Sleman: Deepublish.
- Huang. (2011). A ubiquitous English vocabulary learning system: Evidence of active/passive attitudes vs. usefulness/ease of use. 278-281.
- Indonesia, B. (t.thn.). *Statistik Sistem Pembayaran*. Dipetik Juli 01, 2020, dari Jumlah Uang Elektronik Beredar: <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/jumlah%20uang%20elektronik.aspx>
- Iviane Ramos de Lunaa, F. L.-C. (2018). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting & Social Change*, 1-14.
- Izuagbe. (2019). Effect of perceived ease of use on librarians' e-skills: Basis for Library technology acceptance intention. 5-6.
- Kasilingam. (2020). Understanding the Attitude and Intention to Use Smartphone Chatbots for Shopping. 1-33.
- Kock, J. (2014). The Technology Acceptance Model (TAM), An Overview. German National Library.
- Lee, J. Y. (2010). Business Strategic Conflict In Computer-Mediated Communication. *European Journal Of Information Systems*, Vol. 19, No. 2, 196-208.
- McLean. (2020). Examining consumer attitudes towards retailers' m-commerce mobile. *Journal of Business Research*, 139-155.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Anak Hebat Indonesia.

- Purwoto, A. (2007). *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo (Gramedia Widiasarana Indonesia).
- Rachmatunnisa. (2019, Agustus 15). *10 Fakta Persaingan GoPay, Ovo, LinkAja, dan Dana cs.* Dipetik Juli 01, 2020, dari detikinet: <https://inet.detik.com/business/d-4666061/10-fakta-persaingan-gopay-ovo-linkaja-dan-dana-cs>
- Ramos. (2018). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment. *Technological Forecasting & Social Change*, 1-14.
- Ramos. (2018). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting & Social Change*, 1-14.
- Renny. (2013). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude Towards Online Shopping Usefulness Towards Online Airlines Ticket Purchase. 212-216.
- Riskianto. (2017). The Moderation Effect of Age on Adopting E -Payment Technology. 536-543.
- Rumondang. (2019). *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Sidharta. (2014). Pengukuran persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap sikap serta dampaknya atas penggunaan ulang online shopping pada e-commerce. 92-100.
- Simanjuntak. (2011). PENGEMBANGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *TELEMATIKA Vol. 8, No. 1, 25*.



- Sinaga. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Persepsi Kredibilitas, Sikap, dan Norma Subjektif terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment LinkAja di Kota Semarang. VI-VII.
- Sitinjak, T. (2004). Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama .
- Sugiarto, D. S. (2006). Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suki. (2011). Exploring the Relationship between Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Attitude, and Subscribers Intention Toward Using 3G Mobile Services. 1-6.
- Sun. (2018). Mediatinng Effect of Attitudes, Subjective Norms, and Perceived Behavioural Control for Mobile Payment-Based Hotel Reservations. 4-7.
- Susilo. (2019). A Comparative Study of Factors Affecting User Acceptance of Go-Pay and OVO As a Feature of Fintech Application. 4.
- Tural. (2020). Factors predicting older Adults' attitudes toward and intentions to use stair mobility assistive designs at home. *Preventive Medicine Reports*, 1-8.
- Walpole. (2015). Pengantar Statistika. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wasiaturrahmah. (2019). Fintech dan Prospek Bisnis Koperasi Syariah . Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Wasiaturrahmah. (2019). Fintech dan Prospek Bisnis Koperasi Syariah . Surabaya : Scopindo Media Pustaka.



- Wibowo, S. F. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 6, No. 1.
- Yoon. (2020). Do-It-Yourself Laboratories and Attitude Toward Use: The effect of Self Efficacy and Perception of The Security and Privacy. 1-9.

