
Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay

Ni Komang Waheni⁽¹⁾
Putu Sri Hartati⁽²⁾
Putu Atim Purwaningrat⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia, Jl. Sangalangit, Penatih, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali 80238

e-mail: komangwaheni5@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of looking at the effect of perceived benefits, perceived convenience, and perceived risk on the decision to use Go-pay among students at the Hindu University of Indonesia. The sample used in this study was 97 students, out of 3175 students at the Hindu University of Indonesia determined by purposive sampling method. The data analysis techniques used in this study were validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, coefficient of determination, t test and F test. Based on the results of the study, it can be seen that: Perceived benefits, perceived convenience, and perceived risk have a positive and significant effect partially and simultaneously on the decision to use Go-pay. The magnitude of the influence of the independent variable on the decision to use Go-pay is 99.2%. The suggestion that Go-Jek hopes is to increase its usefulness for consumers by improving the quality of application features, and lowering administrative costs for consumers who want to use it.

Keywords: *Perception of Benefits, Perception of Ease, Perception of Risk, Decision to Use Go-pay.*

ABSTRAK

Penelitian kali ini dilakukan dengan tujuan melihat pengaruh dari variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi resiko terhadap keputusan penggunaan *Go-pay* dikalangan mahasiswa di Universitas Hindu Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 mahasiswa, dari 3175 jumlah mahasiswa di Universitas Hindu Indonesia yang ditentukan dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa: Persepsi manfaat, Persepsi kemudahan, dan Persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan penggunaan *Go-pay*. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap keputusan penggunaan *Go-pay* adalah 99,2%. Saran yang di harapkan pihak *Go-jek* perlu meningkatkan kebermanfaatannya bagi konsumen dengan cara meningkatkan kualitas fitur aplikasi, dan menurunkan biaya administrasi bagi konsumen yang ingin menggunakannya.

Kata kunci: *Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, Keputusan Penggunaan Go-pay.*

Pendahuluan

Teknologi yang terus mengalami perkembangan membuat berbagai aspek kehidupan juga turut serta beradaptasi dalam era digital saat ini. Perkembangan teknologi ini sangat terlihat adaptasinya pada dunia usaha, peningkatan produktivitas, berbagai fasilitas pelayanan usaha yang semakin meningkat, penghematan biaya, ketersediaan layanan pelanggan yang mudah dan praktis, membuat perkembangan usaha semakin melaju pesat terkhusus pada *e-commerce*. Kemudahan yang sangat terlihat didunia usaha saat ini yaitu praktisnya metode pembayaran yang tersedia.

Masyarakat saat ini tidak perlu menggunakan uang *cash* saat akan melakukan pembayaran berbelanja khususnya pada *e-commerce*. Metode pembayaran yang terkenal saat ini adalah *Go-Pay*. Semenjak munculnya *Go-Pay* di Indonesia sebagai salah satu alat pembayaran digital terbukti mampu menekan jumlah peredaran penggunaan uang tunai yang sekaligus membantu pemerintah dalam menerapkan sistem pembayaran non tunai, di kota Denpasar sendiri, pembayaran berbasis digitalisasi ini terus diupayakan untuk program Kota Denpasar berbasis *smart city*. dimana nantinya kota Denpasar mampu mewujudkan *Less Cash Society*.

Berdasarkan dari hasil wawancara kepada beberapa mahasiswa, berkaitan dengan manfaat, kemudahan dan resiko berhubungan dengan persepsi Mahasiswa Pengguna layanan *Go-Pay* di Universitas Hindu Indonesia berfikir bahwa *Go-Pay* yang mereka pakai memiliki kegunaan yang dapat membantu apa yang mereka butuhkan, salah satunya adalah meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari hari yaitu mempermudah mereka dalam beraktifitas, serta menghemat waktu dalam melakukan pembayaran karena bisa di lakukan dimana saja dan kapan saja, selain itu persepsi mengenai kemudahan dalam mempelajari layanan *Go-Pay* berhubungan dengan persepsi mahasiswa Universitas Hindu Indonesia bahwa transaksi menggunakan *Go-Pay* sangat mudah untuk di pelajari dan di praktikan secara langsung. Dibalik kemudahan dan manfaat yang di berikan, ada juga persepsi mengenai resiko yang di timbulkan dari layanan *Go-Pay* itu sendiri. Banyak masyarakat yang takut dengan pencurian identitas yang dapat terjadi ketika mereka menggunakan *Go-Pay* sebab saat awal pendaftaran akun, pihak *Go-Pay* meminta identitas berupa foto KTP. Banyaknya kasus penyalahgunaan identitas masyarakat membuat banyak masyarakat masih enggan untuk mengaktifkan layanan *Go-Pay*. Layanan jaringan yang buruk juga menjadi kendala dalam penggunaan aplikasi *Go-Pay*, layanan yang buruk membuat proses pembayaran menjadi terlambat hingga terjadi gagal bayar saat proses transaksi. Selain itu, kadang kala sistem *Go-Pay* mengalami *error*, dimana ketika konsumen melakukan *top-up* saldo,

jumlah saldo *Go-Pay*nya tidak berubah. Keluhan ini sangat sering terjadi terutama pada konsumen yang melakuakn isi ulang di bank, indomaret dan alfamart. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan layanan e- money khususnya *Go- Pay* terdapat berbagai persepsi dikalangan masyarakat maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan *Go-Pay*. (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Go-Pay* pada Aplikasi *Go-jek* di Universitas Hindu Indonesia)”.

Persepsi manfaat berkaitan dengan situasi yang dimana seseorang mempercayai bahwa teknologi yang digunakan mampu meningkatkan produktivitasnya (Davis dalam Jogiyanto, 2017). Jogiyanto (2016) mengatakan persepsi kemudahan dengan kepercayaan seseorang bahwa apabila ketika seseorang menggunakan teknologi yang ada maka akan terbebas dari usaha atau pengeluaran tenaga yang sedikit. Menurut Leerophonng dan Mardjo (2013), persepsi risiko adalah kemungkinan dampak negatif dari hasil pembelian atau penggunaan sebuah produk yang ingin dihindari oleh konsumen. Peter dan Olson (2013) mengungkapkan keputusan penggunaan adalah proses integrasi yang terjadi untuk menggabungkan pengetahuan dan menilai dua atau lebih pilihan yang ada serta memilih satu dari pilihan tersebut.

Priambodo dan Prabawani (2016), Hasil dari penelitiannya yaitu bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Melihat hasil tersebut, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1 :Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Go-pay* pada mahasiswa Universitas Hindu Indonesia.

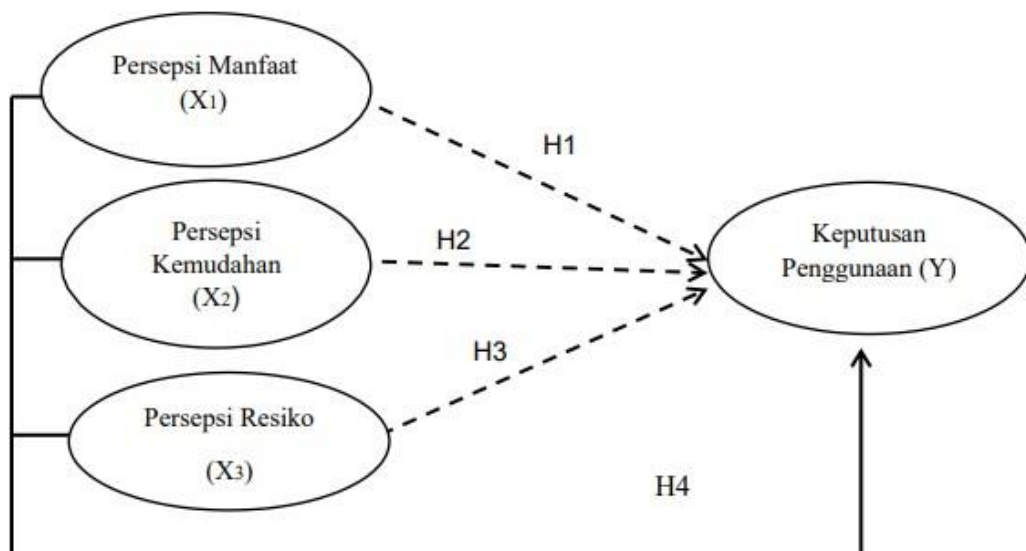
H2 :Persepsi kemudahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Go-pay* pada mahasiswa Universitas Hindu Indonesia.

H3 : Persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Go-pay* pada mahasiswa Universitas Hindu Indonesia.

H4 :Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Go-pay* pada mahasiswa Universitas Hindu Indonesia.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dimana penelitian ini dilakukan di Universitas Hindu Indonesia yang beralamat di Jl. Sangalangit, Penatih, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali 80238. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Hindu Indonesia pengguna layanan *Go-Pay* pada aplikasi *Go-Jek* yaitu sebanyak 3175 jumlah mahasiswa. Jumlah sampel penelitian saat ini sebanyak 97 mahasiswa yang didapat menggunakan rumus slovin. Data penelitian kali ini didapat melalui tahap penyebaran kuisisioner dan selanjutnya dilakukan pengujian dengan teknik analisis regresi linear berganda. Sehingga dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini memperlihatkan bahwa seluruh data valid karena nilai korelasinya diatas 0,30 dan nilai alpha diatas 0,60. dari hasil uji asumsi klasik, data pada penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal, tidak memiliki gejala multikolinearitas, dan terbebas dari gejala heteroskedastisitas sehingga data dapat diuji lebih lanjut.

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	8.613	3.363	T	.012
	X1	.493	.102	.485	.001
	X2	.404	.091	.423	.000
	X3	.405	.092	.417	.000

Sumber : Data diolah (2021)

dari tabel dibuat persamaan regresi penelitian ini adalah : $Y = 8,613 + 0,493X1 + 0,404X2 + 0,405X3$

Berdasarkan atas keseluruhan hasil pengujian diatas maka dapat disimpulkan bahwa apabila persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi resiko tidak mengalami perubahan maka keputusan penggunaan akan sebesar 8,613.

Tabel 2. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of theEstimate
1	.996 ^a	.992	.991	.72981

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,992. hal ini berarti 99,2% variasi variabel keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi resiko.

Variabel persepsi manfaat memiliki koefisien regresi sebesar 0,993 (positif), nilai $t_{hitung} = 5,907$ dan nilai sig 0.001. Hasil ini menunjukkan hubungan positif antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan, dimana kenaikan manfaat yang diberikan *Go-Pay* dapat meningkatkan keputusan penggunaan aplikasi *Go-Pay* di masyarakat.

Variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai koefisien sebesar 0,404 (positif), $t_{hitung} = 4,434$ dan nilai sig 0.000. hal ini menunjukkan hubungan positif antara persepsi kemudahan dengan keputusan penggunaan. Apabila aplikasi *Go-Pay* mampu meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi maka keputusan penggunaan aplikasi *Go-Pay* dimasyarakat juga akan ikut meningkat.

Variabel Persepsi Resiko memiliki nilai koefisien sebesar 0,405 (positif), nilai $t_{hitung} = 2,890$ dan nilai sig 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara persepsi resiko terhadap keputusan penggunaan. Artinya ketika persepsi tentang resiko semakin positif atau

kemungkinan dampak negatif dari penggunaan aplikasi dapat diperkecil maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan penggunaan aplikasi *Go-Pay* dimasyarakat.

Tabel 3. Uji Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.425	3	33.808	6.936	.000 ^b
	Residual	453.297	93	4.874		
	Total	554.722	96			

Sumber : Data diolah (2021)

Pada tabel 3 terlihat bahwa nilai nilai F_{tabel} sebesar 2,70 dan nilai sig. 0,000. ini berarti bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi resiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan *Go-pay*.

Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis ditarik kesimpulan bahwa Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *Go-pay* secara parsial dan simultan. Melihat hasil penelitian tersebut diharapkan adalah pihak *Go-Jek* perlu meningkatkan kebermanfaatannya bagi konsumen dengan cara meningkatkan kualitas fitur aplikasi dan menurunkan biaya administrasi bagi konsumen yang ingin menggunakannya. Pihak *Go-jek* sebaiknya memberikan penjelasan bagaimana cara bertransaksi menggunakan *Go-jek* pada *merchant* rekan *Go-jek*. Sebaiknya *Go-jek* memberikan petunjuk penggunaan bagi para pengguna baru pada saat melakukan transaksi, sehingga para pengguna baru tidak kebingungan dan nyaman dalam menggunakan *Go-pay*. pihak *Go-jek* perlu meningkatkan keamanan identitas penggunanya. Sebisa mungkin, identitas pengguna tidak muncul dalam fitur aplikasi yang membuat pihak – pihak tidak bertanggung jawab dapat dengan mudah menggunakannya. pihak *Go-jek* nantinya diharapkan lebih sering dalam mengadakan promo potongan harga terutama yang menggunakan metode pembayaran non tunai melalui *Go-pay*. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat lebih banyak lagi yang tertarik menggunakan *Go-pay* dalam bertransaksi.

Daftar Pustaka

- Abidin, Muhammad Sofyan.(2014). Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Igarss* 2014, no. 1:1–5.
- Adiyanti, Arsita Ika.(2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah* 2 (1):4–6.

-
- Ajzen, I., (1985), From intention to actions : a Theory of Planned Behavior, in Action Control: From Cognition to Behavior
- Cahyo, W. S. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan,Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares: konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 (2nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Hidayati, Siti, Ida Nuryanti, Agus Firmansyah, Aulia Fadly, and Isnu Yuwana Darmawan. 2006. Operasional E-Money.Bank Indonesia, 1–5.
- Hussein, Ananda Sabil. (2015). Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) Dengan SmartPLS 3.0. Modul Ajar, 1–29.
- Indriastuti, Maya, and Rizki Herdian Wicaksono. (2014). Influencers E-Money in Banking Sector. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law* 4 (2):10–17.
- Istiarni, Panggih Rizki Dwi. (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 DiIndonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2014
- Li, Y., Z. T. Fu, and H. Li. 2007. Evaluating Factors Affecting the Adoption of Mobile Commerce in Agriculture: An Empirical Study. *New Zealand Journal of Agricultural Research* 50 (5):1213–18. <https://doi.org/10.1080/00288230709510404>.
- Lu, Xu, and Dennis Viehland. 2008. Factors Influencing the Adoption of Mobile Learning. *19th Australasian Conference on Information Systems*, 597– 606. <http://aisel.aisnet.org/acis2008%5Cnhttp://aisel.aisnet.org/acis2008/56>.
- Miliani, Lani, Mustika Sufiati Purwanegara, and Mia Tantri Diah Indriani. 2013. Adoption Behavior of E-Money Usage. *Information Management and Business Review* 5 (7):369–78.
- Muntianah, Tutik S. Astuti, Endang S. Azizah Devi F. (2012). “Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM).” *Profit Universitas BrawijayaMalang*
- Priambodo, Singgih, and Bulan Prabawani. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang).*Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Priyono, Anjar. (2017). Analisis Pengaruh *Trust* Dan *Risk* Dalam Penerimaan Teknologi Dompert Elektronik *Go-pay*. *Jurnal Siasat Bisnis* 21 (1):88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>.