

# Determinan Kepercayaan Individu: Studi Empiris Konteks Sistem *E-Payment*

Dita Widya Putri  
[ditawputri@gmail.com](mailto:ditawputri@gmail.com)

Dr. Zaki Baridwan, Ak., CA.  
[zakibarid1@yahoo.com](mailto:zakibarid1@yahoo.com)

Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono 165, Malang

**Abstract:** *Determinants of Individual Trust: An Empirical Study of E-Payment System Context.*

*The purpose of this study is to examine the factors that affect trust in the context of e-payment systems. This study uses a sample survey and take students from the Department of Accounting Faculty of Economics and Business, University of Brawijaya the number of samples that can be processed by 178 respondents. In studies using Partial Least Square (PLS) used to test the research data. All hypotheses are supported by the results shown in the test, that all constructs include the perception of security, technical protection, security statement has positive influence on the perception of trust, whereas the construct of risk perception has a negative correlation with the perception of trust in the context of systems of e-payment. The implications of this study can be used by the e-payment service providers to prioritize factors perception of security, technical protection, security statement, and the perception of risk, earning the trust of individuals to use it. This study can also be used by the e-payment service providers to improve the quality of the system so that people believe that the system is safe and convenient to use.*

**Keywords:** *Perceived security, technical protection, security statement, perceived risk, the perceived trust.*

**Abstrak:** *Determinan Kepercayaan Individu: Studi Empiris Konteks Sistem E-Payment.*

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dalam konteks sistem *e-payment*. Penelitian ini menggunakan metode survei dan mengambil sampel mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang dengan jumlah sampel yang dapat diolah sebanyak 178 responden. Dalam penelitian menggunakan *Partial Least Square (PLS)* digunakan untuk menguji data penelitian. Semua hipotesis didukung dengan ditunjukkan dalam hasil pengujian, bahwa semua konstruk antara lain persepsi keamanan, perlindungan secara teknis, pernyataan keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan, sedangkan konstruk persepsi risiko mempunyai hubungan negatif dengan persepsi kepercayaan dalam konteks sisten *e-payment*. Implikasi penelitian ini dapat digunakan oleh penyedia layanan *e-payment* untuk lebih mengutamakan faktor persepsi keamanan, perlindungan secara teknis, pernyataan keamanan, dan persepsi risiko, sehingga mendapat kepercayaan dari individu untuk menggunakannya. Penelitian ini juga dapat digunakan oleh penyedia layanan *e-payment* untuk meningkatkan kualitas sistemnya supaya individu percaya bahwa sistem tersebut aman dan nyaman untuk digunakan.

**Kata Kunci:** Persepsi keamanan, perlindungan secara teknis, pernyataan keamanan, persepsi risiko, persepsi kepercayaan.

## Pendahuluan

Aktivitas kehidupan manusia saat ini hampir seluruhnya sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan teknologi, hampir seluruh kegiatan di bantu oleh teknologi canggih baik di rumah maupun di perkantoran. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memacu suatu cara baru dalam kehidupan, saat kehidupan dimulai sampai dengan berakhir, kehidupan seperti ini dikenal dengan *e-life*, artinya kehidupan tersebut sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik. Dan sekarang ini sedang ramai dengan berbagai huruf yang dimulai dengan awalan e- seperti *e-commerce*, *e-government*, *e-education*, *e-library*, *e-journal*, dan yang lainnya lagi yang berbasis elektronika.

Penggunaan teknologi yang lebih luas untuk digunakan dalam dunia bisnis adalah pada teknologi komunikasi & informasi yang didalamnya didukung dengan alat utama yaitu komputer, alat tersebut dibutuhkan seiring dengan perkembangan teknologi dalam bidang tersebut yang sangat cepat. Perluasan kemampuan komputer dengan konfigurasi jaringan mengembangkan pola bisnis yang turut berkembang yang pada awalnya hanya dengan memanfaatkan internet sebagai media *marketing* berupa promosi produk dan perluasan pengenalan profil perusahaan, berkembang menjadi media komunikasi berupa pembentukan komunitas sesama pemakai produk dan produsennya dengan mediator *e-mail* dalam internet sehingga perusahaan dapat dengan mudah mendekatkan diri dengan pelanggannya, perkembangan berlanjut menjadi proses transaksi jual beli produk (*e-trade*) serta transaksi pertukaran finansial dalam dunia perbankan (*e-payment* dan *e-banking*) dan kemudian dikembangkan lebih luas lagi menjadi berbagai pola komersialisasi bisnis (*e-commerce* dan *e-business*) perkembangan masih berlanjut dengan pergeseran elektronik secara *desktop* menjadi *portable* atau *mobile* sehingga tercipta berbagai media transaksi *on-line* dengan penggunaan *mobile-phone*.

Penerapan teknologi informasi sendiri pun sudah bermacam-macam diantaranya, dalam sistem pemerintahan, perbankan bahkan instansi pendidikan pun sudah mulai menerapkan teknologi informasinya. Salah satu contoh penerapan teknologi informasi yang banyak digunakan baru-baru ini adalah penggunaan teknologi dalam sistem pembayaran *online*. Diantaranya adalah pembayaran transaksi jual beli melalui bank/*online* yang biasa disebut dengan sistem pembayaran elektronik/ *Electronic Payment System*.

Definisi sistem pembayaran elektronik (*E-Payment System*) dilihat dari proses otomatis moneter yaitu pertukaran nilai antar pihak dalam transaksi bisnis dan transmisi nilai informasi melalui jaringan teknologi informasi dan komunikasi (K. Ayo dan Ukpere, 2010). *E-Payment System* muncul berawal dari berkembang pesatnya *e-commerce* (bisnis berbasis elektronik) yang membuat beberapa kalangan berniat membantu kelancaran proses transaksi *e-commerce*. Karena *e-commerce* sistem kerjanya secara *online*, maka produk pendukung juga harus berbasis *online*. Akhirnya muncul sistem baru pembayaran secara *online* yang disebut dengan *e-payment system*.

Dengan adanya sistem *e-payment* ini memungkinkan untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi daripada memakai uang *cash*. Selain itu untuk meningkatkan efisiensi pembayaran, meningkatkan *customer loyalty* dan lebih meningkatkan efektifitas dan efisiensi waktu. Pihak-pihak yang terlibat transaksi dapat mengirim atau menerima uang dari dan ke pihak lain dari manapun dan kapanpun waktunya. *E-Payment* juga tentunya dapat mengurangi biaya yang dibutuhkan untuk berbagai macam dokumen pembayaran yang dilakukan secara tradisional. Hal ini tentunya dapat membuat *e-payment* ikut berkontribusi dalam mengurangi efek pemanasan global. Dengan adanya sistem *e-payment*, semua dokumen yang terkait pembayaran dapat dibuat dan ditransmisikan secara elektronik dengan memanfaatkan *e-payment*.

Teori yang menjelaskan tentang penerimaan sistem informasi adalah *Trust Theory*. *Trust* telah dipertimbangkan sebagai peranan penting dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan (Yousafzai *et al.*, 2003). Kepercayaan dalam bisnis yang dilakukan melalui internet adalah suatu petunjuk bagaimana sebuah bisnis atau transaksi dapat dilakukan dengan mengembangkan privasi dan keamanan dari bisnis atau transaksi tersebut.

Sementara itu, sistem *e-payment* yang baik harus mempunyai beberapa keuntungan dibanding dengan metode pembayaran tradisional, diantaranya harus bebas dari pelanggaran keamanan (Linck *et al.* 2006). Karena kunci dari keberhasilan sistem *e-payment* adalah faktor keamanan dan perlindungan teknis yang berarti bahwa apabila keamanan dan perlindungan dapat dijamin maka konsumen akan meningkatkan kepercayaannya untuk menggunakan sistem *e-payment* ini. Jika segala bentuk kecurangan dapat diminimalisir maka konsumen akan merasa lebih yakin dan percaya untuk melakukan pembayaran elektronik. Oleh karena itu, segala bentuk resiko dari kecurangan harus dihindari demi meningkatkan rasa aman dan percaya dari dalam diri konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Changsu *et al.* (2010) terdapat tiga variabel yang berpengaruh terhadap persepsi kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment* diantaranya perlindungan secara teknis, pernyataan keamanan, dan persepsi keamanan pada masyarakat Korea. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan Zahra *et al.* (2011) yang melakukan penelitian di Iran dengan menggunakan variabel perlindungan secara teknis dan pernyataan keamanan terhadap persepsi keamanan menggunakan sistem *e-payment*. Faktor-faktor tersebut diharapkan mempunyai dampak secara langsung untuk menentukan apakah pelanggan mau menggunakan sistem pembayaran elektronik ini atau tidak.

Hasil dari kedua penelitian tersebut, Changsu *et al.* (2010) dan Zahra *et al.* (2011) menunjukkan bahwa persepsi keamanan, perlindungan secara teknis dan pernyataan keamanan merupakan faktor penting dan berhubungan positif untuk meningkatkan rasa keamanan konsumen. Di sisi lain persepsi keamanan dari konsumen juga mempunyai hubungan yang positif terhadap persepsi kepercayaan untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik. Jadi dapat disimpulkan bahwa kedua penelitian tersebut mempunyai hasil yang sama dan menjadi faktor penting dalam penggunaan sistem *e-payment*.

Sedangkan dalam penelitian Cabanillas *et al.* (2014) yang meneliti tentang penerimaan sistem *mobile payment* baru, menganggap bahwa persepsi risiko dan persepsi kepercayaan mempunyai hubungan yang penting. Yang akan diambil dari penelitian Cabanillas *et al.* (2014) menjadi variabel dari penelitian ini adalah persepsi risiko terhadap persepsi kepercayaan. Hasil dari penelitian sebelumnya menghasilkan simpulan bahwa persepsi risiko berhubungan negatif dengan persepsi kepercayaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Changsu *et al.* (2010) adalah sama-sama menguji variabel yang sama yaitu persepsi keamanan, perlindungan secara teknis, dan pernyataan keamanan. Sedangkan dalam penelitian Cabanillas *et al.* (2014) variabel yang diteliti hanya persepsi risiko terhadap persepsi kepercayaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Changsu *et al.* (2010) dan Cabanillas *et al.* (2014) adalah responden, waktu, dan lokasinya. Penelitian Changsu mengambil sampel responden di mahasiswa program bisnis di sebuah universitas di Korea, sedangkan Cabanillas mengambil sampel pengguna internet yang dihubungkan dengan profil pengguna media sosial *facebook* dimana para responden melihat sebuah video tutorial yang menjelaskan sistem *mobile payment* baru tersebut kemudian para responden diarahkan untuk mengisi kuesioner yang sudah disediakan. Dan untuk penelitian ini, peneliti mengambil sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya sebagai responden karena dianggap para mahasiswa berperan dalam penggunaan teknologi contohnya berperan langsung dalam pembayaran uang semester melalui sistem *online*.

Dari penjelasan yang sudah diuraikan diatas, penulis mendasarkan penelitian pada model yang telah dikembangkan Changsu *et al.* (2010) dan Cabanillas *et al.* (2014) dengan meneliti persepsi keamanan, perlindungan secara teknis, pernyataan keamanan, dan persepsi risiko terhadap persepsi kepercayaan dalam konteks *e-payment*. Dengan demikian, peneliti mengambil judul penelitian ini sebagai berikut : “Determinan Kepercayaan Individu : Studi Empiris Konteks Sistem *e-payment* ”.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut: 1) Apakah persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*? 2) Apakah perlindungan secara teknis mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*? 3) Apakah pernyataan keamanan mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*? 4) Apakah persepsi risiko mempunyai pengaruh negatif terhadap persepsi kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*?

## **Landasan Teori**

### **Sistem E-Payment**

Dalam hal membayar atau transfer, mulai dikenal dengan istilah *e-payment* yaitu suatu sistem pembayaran melalui elektronik. Pengertian *E-payment* adalah transfer nilai elektronik pembayaran dari pembyar ke penerima pembayaran melalui mekanisme *e-payment* (Changsu *et al.* 2010). Biasanya suatu instansi atau perusahaan bekerjasama dengan lembaga perbankan untuk menggunakan sistem *e-payment*. Dengan menggunakan layanan perbankan yang berbasis elektronik transaksi pembayaran, transfer antar bank dan pembelian dapat dilakukan dimana pun dan kapan pun sehingga dapat efisien biaya maupun waktu.

### **Konsep Kepercayaan dalam Sistem E-payment (Trust Theory)**

Perkembangan suatu sistem tidak lepas dari kepercayaan individu untuk menggunakannya. Pembentukan kepercayaan menarik untuk diteliti lebih lanjut karena, kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*) telah menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai dampak yang mendalam terhadap perilaku-perilaku individual (Jogiyanto, 2007). Kepercayaan merupakan suatu keyakinan antara satu pihak mengenai maksud dan perilaku dari pihak yang lainnya. Dengan demikian kepercayaan konsumen diartikan sebagai harapan konsumen bahwa penyedia jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam menepati janjinya. Untuk itu diperlukannya teori yang mendasari individu dalam hal kepercayaan untuk menggunakan sistem tersebut.

Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan merasa aman dan nyaman apabila masing-masing saling percaya, karena *trust* merupakan pondasi dari suatu bisnis dalam membentuk komitmen yang aman. Kepercayaan (*trust*) ini tidak semudah dimiliki antar kedua belah pihak, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. *Trust* telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan (Yousafzai *et al.*, 2003). Kepercayaan-kepercayaan individual terhadap teknologi informasi dibentuk dari tiga faktor diantaranya faktor-faktor institusional, sosial, dan individu (Lewis *et al.* 2003).

Kepercayaan terhadap *web electronic* menentukan konsumen untuk memutuskan melakukan hubungan dengan penyedia bisnis *e-payment*. Begitu juga sebaliknya apabila konsumen tidak percaya dengan *web vendor* akan membuat konsumen tidak ingin menggunakan jasa *web vendor*. Kepercayaan antara kedua belah pihak tidak terjadi secara spontanitas, melainkan memerlukan proses atau usaha yang diharapkan nantinya memberikan hasil yang positif bagi konsumen. Pengalaman dengan penyedia jasa yang akan

menciptakan kepercayaan itu secara otomatis. Oleh karena itu, demi mendapatkan hubungan yang dapat percaya dan mendapatkan sebuah reputasi kepercayaan yang tinggi diperlukan sebuah strategi yang disengaja untuk bersabar dengan pandangan hasil yang akan diperoleh di masa depan, serta akumulasi bukti-bukti mengenai perilaku yang bertanggungjawab.

Setelah kepercayaan terjalin antara kedua belah pihak dan belajar untuk berkoordinasi, maka keduanya siap untuk melakukan transaksi tanpa adanya rasa takut terjadi penipuan. Dengan rasa kepercayaan yang tinggi membuat transaksi menjadi semakin aman untuk dilakukan dan ada kemungkinan untuk mengulang kembali transaksi tersebut.

### **Persepsi Keamanan (*perceived security*)**

Beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya seperti contohnya, Changsu *et al.*, (2010) melakukan penelitian di Korea dengan sampel mahasiswa di salah satu universitas di korea dengan jumlah 30 mahasiswa. Penelitian ini menganalisis persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan konsumen terhadap penggunaan sistem *e-payment*. Dan hasilnya menunjukkan bahwa faktor keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*.

Dalam penelitian Fakhradin Maroofi *et al.*, (2012) yang juga menunjukkan bahwa persepsi keamanan berhubungan positif terhadap persepsi kepercayaan dalam penggunaan sistem *e-payment*. Kedua faktor tersebut secara langsung bertanggung jawab untuk menentukan konsumen dalam mempertimbangkan sistem *e-payment* dalam hal rasa aman atau tidak sehingga konsumen akan memiliki kepercayaan dalam sistem *e-payment*.

Penelitian Thanh Hai., (2013) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan dalam penggunaan sistem *e-payment*. Penelitian ini mengambil sampel orang yang bekerja di perusahaan yang berlokasi di Vietnam. Menurutny bahwa persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan berpengaruh penting dalam lingkungan bisnis perusahaan.

Berdasarkan dengan penelitian-penelitian di atas, apabila penyedia jasa sistem *e-payment* tidak memaksimalkan tingkat keamanan yang dapat dirasakan oleh konsumen, maka konsumen tidak akan menggunakan sistem *e-payment* ini sampai ada solusi bahwa sistem tersebut aman untuk digunakan. Oleh karena itu, beberapa penelitian menegaskan bahwa sikap konsumen terhadap sistem *e-payment* selalu dikaitkan dengan persepsi keamanan konsumen. Selain itu, keamanan dan kepercayaan merupakan kunci utama bagi pelanggan yang menggunakan sistem *e-payment*, dan kedua faktor ini terkait erat satu sama lain (Guan & Hua, 2003; Linck *et al.*, 2006).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>1</sub>** : Persepsi Keamanan (*perceived security*) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) dalam menggunakan E-Payment system.

### **Perlindungan secara teknis (*technical procedures*)**

Indikator yang mendasari variabel perlindungan secara teknis ada tiga yaitu privasi, integritas, dan stabilitas. Ketiga indikator tersebut dapat meningkatkan persepsi keamanan konsumen yang akhirnya berdampak pada rasa percaya konsumen. Privasi didefinisikan sebagai mekanisme yang harus dipastikan konsumen bahwa informasi pembayaran tidak berubah selama dan setelah proses pembayaran (Laudon dan Traver *et al.*, (2001). Informasi privasi mengacu pada pandangan hubungan individu dalam konteks informasi privasi. Privasi dapat diuji dari kebenaran informasi itu sendiri, karena privasi dapat bernilai dengan mengembangkan hubungan kepercayaan dalam waktu yang bersamaan.

Integritas informasi dibutuhkan konsumen mengenai jumlah pembayaran dan data lainnya tidak berubah, sehingga mekanisme tersebut dapat mempengaruhi konsumen terhadap rasa aman dan percaya. Penelitian Thanh Hai, (2013) menunjukkan hasil bahwa

terdapat hubungan yang positif antara perlindungan secara teknis dengan persepsi kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*.

Penelitian Changsu *et al.*, (2010) menunjukkan hasil bahwa dampak dari perlindungan secara teknis terhadap persepsi kepercayaan konsumen mempunyai hubungan yang positif. Yang berarti bahwa hasil ini mempengaruhi mahasiswa Korea dalam menggunakan sistem *e-payment*.

Chellapa dan Pavlou (2002) dalam penelitiannya yang meneliti tentang kepercayaan konsumen dalam transaksi *e-commerce* menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan akan menguntungkan jika dipengaruhi oleh perlindungan secara teknis dalam bertransaksi. Jika sistem *e-payment* dapat memastikan isu-isu perlindungan teknis, maka tingkat keamanan dan kepercayaan yang dirasakan oleh konsumen dalam sistem *e-payment* dapat ditingkatkan, Friedman *et al.* (2002), Tsiakis & Sthephanides *et al.* (2005) and Hwang *et al.* (2007).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> :** Perlindungan secara teknis (*technical protections*) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) dalam menggunakan *E-Payment system*.

### **Pernyataan keamanan (*security statements*)**

Arti keamanan memiliki beberapa makna, termasuk untuk merasa aman dan dilindungi. Digunakan untuk menggambarkan kondisi tanpa risiko atau dengan kata lain untuk meminimalkan risiko. Tantangan dalam sistem *e-payment* adalah dalam hal keamanan dan menjadi masalah yang sampai sekarang ini masih harus ditingkatkan sistem keamanannya.

Dalam penelitian Lim (2008) menyatakan bahwa dengan penjual menginformasikan dan meyakinkan konsumen mengenai pilihan keamanan sistem pembayaran mereka, maka untuk itu persepsi konsumen terhadap keamanan dan kepercayaan mempunyai hubungan positif dalam sistem *e-payment*. Penelitian Mukherjee dan Nat (2003) juga berpendapat bahwa pernyataan keamanan pada *website* sistem *e-payment* mempunyai hubungan positif dan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepercayaan konsumen aktivitas online.

Penelitian yang dilakukan Zahra *et al.* (2011) yang melakukan penelitian di Negara Iran. menghasilkan bahwa pernyataan keamanan mempunyai hubungan yang positif terhadap persepsi keamanan sehingga dapat menimbulkan faktor kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*. Pernyataan keamanan dianggap dapat membangun kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*, sehingga konsumen dapat membatasi akses informasi apa saja yang perlu diberikan kepada penyedia layanan *e-payment* tersebut.

Pada variabel pernyataan keamanan mempunyai kriteria pengukuran yang pertama yaitu ketersediaan, bahwa sistem *e-payment* yang dirancang dengan baik harus bisa menjelaskan fungsi dari *e-payment*, penjelasan tentang cara melakukan *e-payment* dan kebijakan keamanan pada sistem *e-payment*. Yang kedua yaitu aksesibilitas, yaitu sistem *e-payment* yang dirancang dengan baik akan memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi pernyataan keamanan untuk memastikan bahwa mereka tidak perlu membuat langkah khusus untuk menemukan isu yang berkaitan dengan pernyataan keamanan. Terakhir komprehensibilitas, yaitu sebuah cara yang diberikan kepada konsumen bahwa informasi harus mencakup keamanan yang berkaitan dengan pernyataan harus dirancang dengan cara yang sederhana bagi mempermudah konsumen dan juga menarik perhatian konsumen (Changsu *et al.*, 2010).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> :** Pernyataan Keamanan (*security statements*) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) dalam menggunakan *E-Payment system*.

### Persepsi risiko (*perceived risks*)

Cabanillas *et al.*, (2014) yang melakukan penelitian di Spanyol dengan mengambil responden pengguna internet yang dihubungkan dengan profil pengguna media sosial *facebook* dimana para responden melihat sebuah video tutorial yang menjelaskan sistem *mobile payment* baru tersebut. Hasil yang ditunjukkan setelah variabel ini diuji adalah persepsi risiko mempunyai pengaruh negatif terhadap persepsi kepercayaan.

Cara yang mungkin untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang produk adalah untuk memberikan informasi secara rinci dan jelas mengenai produk di *website*. Dengan mudah didapatkannya informasi tentang produk tersebut, memungkinkan konsumen untuk mendapatkan haknya untuk memperoleh informasi secara utuh tentang produk.

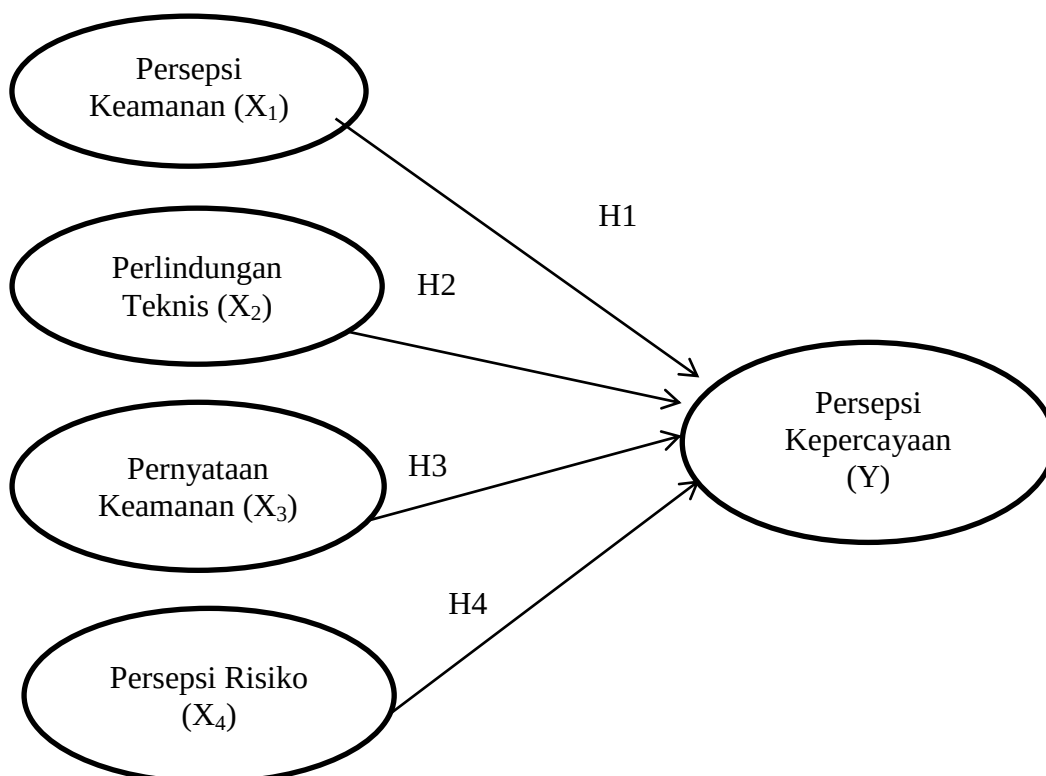
Hal tersebut penting untuk menekankan pentingnya reputasi *website* sistem *e-payment* untuk keberhasilan penjualan *online*. Hal ini terbukti dari hasil yang dibahas dalam penelitian Corbitt (2003) bahwa privasi dan keamanan memiliki dampak yang kuat pada persepsi risiko, oleh karena itu persepsi risiko mempunyai hubungan negatif dengan persepsi kepercayaan. Penjualan *online* yang mampu membangun citra keamanan mempunyai kesempatan untuk berhasil, karena mereka dapat mengurangi kekhawatiran konsumen, dan meningkatkan kepercayaan konsumen (Corbitt, 2003).

Penelitian Kim (2008) memberikan pemahaman komprehensif dari faktor kepercayaan dan yang terkait dengan risiko bahwa keduanya mempunyai hubungan negatif, karena konsumen akan mempertimbangkan secara matang untuk terlibat dalam transaksi penjualan dan pembelian *online*. Penelitian ini berpendapat bahwa pengalaman konsumen menentukan dalam mengambil keputusan untuk mengulang berbelanja *online*. Faktor keamanan sistem pembayaran tentunya juga merupakan salah satu hal yang berpengaruh untuk memberikan kesan pengalaman yang baik dan mengurangi risiko kecurangan dari sistem *e-payment*.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>4</sub>** : Persepsi risiko (*perceived risks*) mempunyai pengaruh negatif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) dalam menggunakan *E-Payment system*.

**Gambar 1 : Model Penelitian**



## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Brawijaya Malang yang berstatus aktif pada semester ganjil tahun ajaran 2014/2015. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 1.232 orang yang peneliti dapatkan dari bertanya langsung kepada pihak Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Dipilihnya seluruh mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai populasi penelitian ini didasarkan pada alasan bahwa mahasiswa dianggap paling berperan dalam penggunaan teknologi termasuk konsumen dalam melakukan transaksi *e-payment* dalam hal pembelian *online* dan juga mahasiswa dalam konteks *e-payment* ini berperan langsung dalam hal membayar uang kuliah semester melalui sistem *online*. Pemilihan lokasi di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya didasarkan pada lokasi yang berdekatan dengan lingkungan peneliti, keterbatasan waktu, serta biaya yang menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi peneliti.

Pengambilan sampel dari populasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *convenience sampling*, dengan tingkat kesalahan sebesar 5% dari daftar pengambilan sampel yang dianggap representatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan jumlah sampel sebanyak 302 mahasiswa.

Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada para responden dengan cara menemui satu persatu responden untuk mengisi kuesioner tersebut. Kuesioner yang digunakan adalah bentuk kuesioner tertutup dimana pertanyaan dan jawabannya telah disediakan oleh peneliti, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan pertanyaan yang tersedia. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval yaitu menggunakan skala likert dengan menggunakan skor 1 sampai dengan 7. Pemberian skala dimulai dari 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Agak Tidak Setuju, 4 = Netral, 5 = Agak Setuju, 6 = Setuju, dan 7 = Sangat Setuju.

Pengujian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini menggunakan alat analisis data yaitu *Partial Least Square* (PLS) yang merupakan statistika multivariate yang membandingkan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda (Jogiyanto, 2009). *Partial Least Square* (PLS) adalah salah satu metode statistika SEM (*Structural Equation Model*) berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang, dan multikoleniaritas.

Penelitian ini menggunakan dua model evaluasi, yaitu *outer model* dan *inner model*. Menurut Jogiyanto (2009), *inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan antar konstruk, sedangkan *outer model* adalah model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model.

### a. Uji Validitas

Validitas instrumen berhubungan dengan kesesuaian dan ketepatan fungsi alat ukur yang digunakannya. Validitas konstruk menunjukkan bahwa seberapa baik hasil yang didapatkan dari penggunaan suatu pengukuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan konstruk tersebut. Uji validitas terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan:

#### 1) Validitas konvergen

Validitas ini terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Indikator ini didasarkan pada *loading factor*, semakin tinggi nilai faktor *loading*, semakin penting peranan



*loading* dalam menginterpretasikan matrik faktor. *Rule of thumb* yang digunakan adalah *outer loading*  $> 0,7$ .

2) Validitas Diskriminan

Validitas ini terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi (Hartono, 2008). Uji validitas diskriminan ini di nilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruknya.

b. Uji reliabilitas

PLS melakukan uji reliabilitas ini digunakan untuk menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran (Hartono, 2009). Dalam uji reliabilitas terdapat dua (2) metode yang dapat digunakan:

1) *Cronbach's alpha*

Yang mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, dengan *Rule of thumb*  $> 0,6$  untuk dapat disebut reliabel.

2) *Composite reliability*

Mengukur dari nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk, yang dinilai lebih baik dalam pengestimasian konsistensi internal suatu konstruk, *Rule of thumb*  $> 0,7$  jika dikatakan reliabel.

Sebelum peneliti menyebarkan kuesioner kepada sampel, terlebih dahulu peneliti menyebarkan pre-kuesioner kepada non sampel dalam hal ini mahasiswa diluar sampel yaitu Manajemen dan Ilmu Ekonomi. Tujuan dari pre-kuesioner ini adalah untuk menguji tingkat kepaahaman non sampel apakah pertanyaan-pertanyaan yang disediakan dapat dimengerti atau tidak. Data valid yang diuji dalam penyebaran kepada non sampel ini sebanyak 30 kuesioner. Dari hasil pengujian tersebut didapatkan hasil bahwa nilai AVE dan *Communality* dari konstruk SECUR, RISK, TRUST mempunyai nilai  $> 0,5$ , sedangkan untuk konstruk STATE dan TECH kedua nilai nilai AVE dan *Communality*  $< 0,5$ , hal tersebut terjadi karena dalam *outer loading* terdapat nilai yang dibawah  $0,7$  oleh karena itu harus dihapus supaya nilainya diatas  $0,5$ . Setelah beberapa indikator pernyataan dari konstruk STATE dan TECH dihapus menghasilkan nilai AVE  $> 0,5$  dan dengan demikian validitas konvergen terpenuhi. Sehingga peneliti menggunakan kuesioner terbaru setelah beberapa indikator yang mempunyai nilai dibawah  $0,7$  dihapus.

### Analisis Data dan Hasil Penelitian

Waktu yang dibutuhkan selama pengumpulan data ini selama hampir 1 minggu. Kuesioner yang disebarkan sebanyak 302 kuesioner. Semua kuesioner diterima kembali oleh peneliti, sehingga dapat dikatakan tingkat *respon* responden sebesar 100%. Selanjutnya dilakukan tahap pemeriksaan dimana untuk menentukan kuesioner tersebut dapat dipakai atau tidak. Sebanyak 178 kuesioner dipakai dan diolah sedangkan 124 kuesioner dinyatakan tidak memenuhi kriteria untuk diolah, dimana dalam daftar pernyataan-pernyataan terdapat pertanyaan negatif dan positif yang diisi dengan skala yang sama sehingga responden dianggap tidak serius dalam mengisinya.

**Tabel 1**  
**Pembagian pengembalian kuesioner**

|                                           |        |
|-------------------------------------------|--------|
| Jumlah Sampel                             | 302    |
| Kuesioner yang diterima kembali           | 302    |
| Kuesioner yang digunakan                  | 178    |
| Kuesioner yang tidak dapat digunakan      | 124    |
| Tingkat pengembalian yang dapat digunakan | 58.8 % |

**Sumber :** Data Primer (diolah)

Ringkasan mengenai data responden seperti jenis kelamin, semester, metode pembayaran yang sering digunakan, pengalaman dalam pembelian *online*, dan rata-rata pembelian *online* dalam sebulan dapat dilihat dari tabel 2:

**Tabel 2**  
**Ringkasan Data Responden**

| Karakteristik                       |              | Frekuensi  | Persentase (%) |
|-------------------------------------|--------------|------------|----------------|
| Jenis Kelamin                       | Perempuan    | 129        | 72             |
|                                     | Laki-laki    | 49         | 28             |
|                                     | <b>Total</b> | <b>178</b> | <b>100</b>     |
| Semester                            | Semester 1   | 29         | 16             |
|                                     | Semester 3   | 42         | 24             |
|                                     | Semester 5   | 72         | 40             |
|                                     | Semester 7   | 32         | 18             |
|                                     | Semester 9   | 3          | 2              |
|                                     | Semester 11  | -          | -              |
|                                     | <b>Total</b> | <b>178</b> | <b>100</b>     |
| Metode Pembayaran                   | Debit Card   | 168        | 94             |
|                                     | Credit Card  | 10         | 6              |
|                                     | Prepaid Card | -          | -              |
|                                     | <b>Total</b> | <b>178</b> | <b>100</b>     |
| Pengalaman Berbelanja <i>Online</i> | < 1 tahun    | 63         | 35             |
|                                     | 1-2 tahun    | 69         | 39             |
|                                     | 3-4 tahun    | 35         | 20             |
|                                     | >4 tahun     | 11         | 6              |
|                                     | <b>Total</b> | <b>178</b> | <b>100</b>     |
| Rata-rata Pembelian <i>Online</i>   | < 3 kali     | 143        | 80             |
|                                     | 3-5 kali     | 29         | 16             |
|                                     | >5 kali      | 6          | 4              |
|                                     | <b>Total</b> | <b>178</b> | <b>100</b>     |

**Sumber :** Data Primer (diolah)

**Tabel 3**  
**Tabel Algoritma**

|       | AVE      | Composite Reliability | R Square | Cronbachs Alpha | Communality | Redundancy |
|-------|----------|-----------------------|----------|-----------------|-------------|------------|
| SECU  | 0,890876 | 0,960744              |          | 0,938788        | 0,890876    |            |
| STATE | 0,624324 | 0,868872              |          | 0,800341        | 0,624324    |            |
| TECH  | 0,611027 | 0,862628              |          | 0,789371        | 0,611027    |            |
| RISK  | 0,712260 | 0,881267              |          | 0,798153        | 0,712260    |            |
| TRUST | 0,886848 | 0,959196              | 0,644798 | 0,936176        | 0,886848    | 0,202973   |

**Sumber :** Data Primer (diolah)

**Tabel 4**  
**Outer Loading**

|        | SECU     | STATE    | TECH     | RISK     | TRUST    |
|--------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SECU1  | 0,955366 |          |          |          |          |
| SECU2  | 0,967071 |          |          |          |          |
| SECU3  | 0,908118 |          |          |          |          |
| STATE1 |          | 0,722855 |          |          |          |
| STATE2 |          | 0,773326 |          |          |          |
| STATE3 |          | 0,836143 |          |          |          |
| STATE4 |          | 0,823170 |          |          |          |
| TECH1  |          |          | 0,785408 |          |          |
| TECH2  |          |          | 0,780616 |          |          |
| TECH3  |          |          | 0,752301 |          |          |
| TECH4  |          |          | 0,807417 |          |          |
| RISK2  |          |          |          | 0,817325 |          |
| RISK3  |          |          |          | 0,852186 |          |
| RISK4  |          |          |          | 0,861706 |          |
| TRUST1 |          |          |          |          | 0,942746 |
| TRUST2 |          |          |          |          | 0,958799 |
| TRUST3 |          |          |          |          | 0,923298 |

**Sumber** : Data yang diolah

**Tabel 5**  
**Cross Loading**

|        | RISK      | SECU      | STATE     | TECH      | TRUST     |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| RISK2  | 0,817325  | -0,419480 | -0,177559 | -0,299497 | -0,498724 |
| RISK3  | 0,852186  | -0,453703 | -0,124285 | -0,256768 | -0,432201 |
| RISK4  | 0,861706  | -0,451187 | -0,232653 | -0,253531 | -0,488651 |
| SECU1  | -0,540019 | 0,955366  | 0,414814  | 0,523289  | 0,698043  |
| SECU2  | -0,535618 | 0,967071  | 0,416208  | 0,536461  | 0,701455  |
| SECU3  | -0,387557 | 0,908118  | 0,419510  | 0,506948  | 0,566668  |
| STATE1 | -0,106036 | 0,316745  | 0,722855  | 0,336011  | 0,349184  |
| STATE2 | -0,159573 | 0,358332  | 0,773326  | 0,312293  | 0,377597  |
| STATE3 | -0,185996 | 0,383091  | 0,836143  | 0,276041  | 0,450237  |
| STATE4 | -0,209524 | 0,335689  | 0,823170  | 0,297669  | 0,474167  |
| TECH1  | -0,285398 | 0,390902  | 0,269393  | 0,785408  | 0,461329  |
| TECH2  | -0,197145 | 0,329599  | 0,257485  | 0,780616  | 0,438782  |
| TECH3  | -0,164085 | 0,365808  | 0,319208  | 0,752301  | 0,371538  |
| TECH4  | -0,324879 | 0,595885  | 0,344017  | 0,807417  | 0,560710  |
| TRUST1 | -0,513170 | 0,642823  | 0,472163  | 0,574296  | 0,942746  |
| TRUST2 | -0,573562 | 0,738005  | 0,521649  | 0,571933  | 0,958799  |
| TRUST3 | -0,500503 | 0,585245  | 0,496000  | 0,539456  | 0,923298  |

**Sumber** : Data yang diolah

Model struktural dalam PLS menunjukkan nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi tiap konstruk terhadap konstruk dependen. Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam suatu pengujian hipotesis. Untuk pengujian hipotesis satu ekor, jika nilai koefisien yang ditunjukkan oleh nilai *T-statistic*  $\geq$

1,64 maka hipotesis alternatif dinyatakan didukung, dan sebaliknya apabila nilai *T-statistic*  $\leq$  1,64 maka hipotesis alternatif dinyatakan tidak didukung.

**Tabel 6**  
**Koefisien Jalur Pengujian Model Struktural**

|                  | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics ( O/STERR ) |
|------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|
| RISK -> TRUST 4  | -0,266880           | -0,258925       | 0,044706                   | 0,044706               | 5,969609                 |
| SECU -> TRUST 1  | 0,320869            | 0,315722        | 0,070389                   | 0,070389               | 4,558510                 |
| STATE -> TRUST 3 | 0,236443            | 0,249237        | 0,061719                   | 0,061719               | 3,830965                 |
| TECH -> TRUST 2  | 0,243441            | 0,245011        | 0,063563                   | 0,063563               | 3,829894                 |

**Sumber :** Data yang diolah

**Hipotesis 1** → Persepsi keamanan (*perceived security*) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) dalam menggunakan *E-Payment system*. Dari hasil penghitungan menunjukkan bahwa nilai *original sample* 0,320869 dan *t-statistic* 4,558510. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 **didukung** (*t-statistic*  $\geq$  1,64).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan (*perceived security*) berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) individu dalam menggunakan sistem *e-payment*. Penelitian yang dilakukan oleh Changsu *et al.* (2010) di Negara Korea meneliti mengenai persepsi pelanggan terhadap keamanan dan kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*. Hasil dari penelitian ini masih konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Changsu *et al.* (2010) dan Fakhradin Maroofi *et al.*, (2012).

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa antara persepsi keamanan dari pelanggan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dalam penggunaan sistem *e-payment*. Penelitian yang dilakukan oleh Fakhradin Maroofi *et al.*, (2012) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berhubungan positif terhadap persepsi kepercayaan dalam penggunaan sistem *e-payment*. Kedua faktor tersebut bertanggung jawab untuk menentukan konsumen dalam mempertimbangkan sistem *e-payment* dalam hal keamanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Changsu *et al.* (2010) di Negara Korea meneliti mengenai persepsi pelanggan terhadap keamanan dan kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara persepsi keamanan dari pelanggan dan persepsi kepercayaan dalam sistem *e-payment*. Data dikumpulkan melalui *survey* menyebar kuesioner yang diterima melalui *e-mail* dan mendatangi responden secara langsung. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa antara persepsi keamanan dari pelanggan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dalam penggunaan sistem *e-payment*.

Penelitian yang dilakukan Thanh Hai., (2013) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan dalam penggunaan sistem *e-payment*. Menurut penelitiannya, bahwa persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan berpengaruh penting dalam lingkungan bisnis perusahaan dan keamanan merupakan salah satu faktor penting untuk membangun kepercayaan kepada pelanggan.

Berdasarkan penelitian diatas, hasil yang sama juga ditunjukkan pada penelitian di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, menunjukkan bahwa faktor persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan dalam konteks sistem *e-payment*.

**Hipotesis 2** → Perlindungan secara teknis (*technical protections*) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) dalam menggunakan *E-Payment system*. Dari hasil penghitungan menunjukkan bahwa nilai *original sample* 0,243441 dan *t-statistic* 3,829894. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 **didukung** (*t-statistic*  $\geq 1,64$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk perlindungan secara teknis (*technical protections*) berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) individu dalam menggunakan sistem *e-payment*. Hasil tersebut masih konsisten dengan penelitian yang dilakukan Changsu *et al.* (2010), Chellapa dan Pavlou (2002), Thanh Hai (2013), dan Zahra *et al.* (2011).

Penelitian dari Changsu *et al.* (2010) menunjukkan bahwa perlindungan secara teknis (*technical protections*) terhadap persepsi kepercayaan konsumen mempunyai hubungan yang positif. Hasil ini menunjukkan bahwa konstruk ini berpengaruh pada mahasiswa Korea dalam menggunakan sistem *e-payment*.

Chellapa dan Pavlou (2002) dalam penelitiannya bahwa kepercayaan konsumen dalam transaksi *e-commerce* menunjukkan hasil bahwa persepsi kepercayaan akan menguntungkan jika dipengaruhi oleh perlindungan secara teknis dalam bertransaksi sehingga menghasilkan hubungan yang positif. Sistem *e-payment* dapat ditingkatkan, jika sistem tersebut dapat memastikan isu-isu perlindungan teknis. Oleh karena itu, maka tingkat keamanan dan kepercayaan yang dirasakan oleh konsumen dapat meningkat. Friedman *et al.* (2002), Tsiakis & Sthephanides *et al.* (2005) dan Hwang *et al.* (2007).

Penelitian Thanh Hai, (2013) menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang positif antara perlindungan secara teknis dengan persepsi kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*. Menurutnya, perlindungan secara teknis digunakan untuk mengevaluasi dampak dari mekanisme keamanan pada persepsi kepercayaan konsumen dalam menggunakan sistem *e-payment*.

Berdasarkan penelitian diatas, hasil yang sama juga ditunjukkan pada penelitian di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, menunjukkan bahwa faktor perlindungan secara teknis berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan dalam konteks sistem *e-payment*.

**Hipotesis 3** → Pernyataan keamanan (*security statement*) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) dalam menggunakan *E-Payment system*. Dari hasil penghitungan menunjukkan bahwa nilai *original sample* 0,236443 dan *t-statistic* 3,830965. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 **didukung** (*t-statistic*  $\geq 1,64$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk pernyataan keamanan (*security statement*) berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) individu dalam menggunakan sistem *e-payment*. Hasil penelitian tersebut masih konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zahra *et al.* (2011), Mukherjee dan Nat (2003).

Hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Mukherjee dan Nat (2003) menyatakan bahwa pernyataan keamanan pada *website* sistem *e-payment* mempunyai hubungan positif dan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepercayaan konsumen aktivitas online. Pernyataan keamanan dianggap dapat membangun kepercayaan dalam berbelanja *online*, sehingga konsumen dapat membatasi akses informasi apa saja yang perlu diberikan kepada penyedia layanan *e-payment* tersebut.

Penelitian yang dilakukan Zahra *et al.* (2011) menghasilkan hasil yaitu pernyataan keamanan mempunyai hubungan yang positif terhadap persepsi keamanan sehingga dapat menimbulkan faktor kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*. Individu juga akan

lebih mempercayai situs penyedia layanan *e-payment* jika terdapat pernyataan keamanan yang jelas dan rinci.

Berdasarkan penelitian diatas, hasil yang sama juga ditunjukkan pada penelitian di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, menunjukkan bahwa faktor pernyataan keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan dalam konteks sistem *e-payment*.

**Hipotesis 4** → Persepsi risiko (*perceived risks*) mempunyai pengaruh negatif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) dalam menggunakan *E-Payment system* (EPS). Dari hasil penghitungan menunjukkan bahwa nilai *original sample* -0,266880 dan *t-statistic* 5,969609. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 **didukung** (*t-statistic*  $\geq 1,64$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk persepsi risiko (*perceived risks*) berpengaruh negatif terhadap persepsi kepercayaan (*perceived trust*) individu dalam menggunakan sistem *e-payment*. Hasil penelitian tersebut masih konsisten dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Cabanillas *et al.* (2014), Kim (2008).

Penelitian Kim (2008) memberikan pemahaman komprehensif dari faktor kepercayaan dan yang terkait dengan risiko bahwa konsumen mempertimbangkan terlibat dalam transaksi *e-commerce*. Penelitian ini berpendapat bahwa pengalaman konsumen menentukan dalam mengambil keputusan untuk mengulang berbelanja *online*. Faktor keamanan sistem pembayaran tentunya juga merupakan salah satu hal yang berpengaruh untuk memberikan kesan pengalaman yang baik dan mengurangi risiko kecurangan dari sistem *e-payment*.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Cabanillas *et al.* (2014) yang meneliti tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan sistem baru *m-payment* yang mengambil responden dari pengguna *facebook*. Salah satu dari faktor tersebut yaitu risiko berhubungan negatif dengan intensitas penggunaan. Hal tersebut berarti bahwa para responden belum siap dengan risiko dan konsekuensi dalam penerimaan sistem baru *m-payment*.

Berdasarkan penelitian diatas, hasil yang sama juga ditunjukkan pada penelitian di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, menunjukkan bahwa faktor persepsi risiko berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan dalam konteks sistem *e-payment*.

## Simpulan

Studi empiris ini dilakukan mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Changsu *et al.* (2010) dengan mengambil responden dan sampel mahasiswa di sebuah Universitas di Negara Korea. Penelitian tersebut mendapatkan hasil setelah variabel-variabel diuji bahwa faktor persepsi keamanan, perlindungan secara teknis, pernyataan keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan individu dalam menggunakan sistem *e-payment*. Studi empiris yang kedua mengacu kepada penelitian yang dilakukan oleh Cabanillas *et al.* (2014) yang melakukan penelitian kepada para pengguna *facebook* dimana para responden diminta untuk melihat video tutorial dari sistem *m-payment* kemudian responden diarahkan untuk mengisi kuesioner dengan memberi jawaban skala pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah tersedia. Hasil dari penelitian tersebut bahwa risiko berhubungan negatif dengan kepercayaan untuk menggunakan sistem baru tersebut.

Konstruk persepsi keamanan merujuk kepada pernyataan bahwa individu mempunyai penilaian pribadi mengenai keamanan yang dirasakan dalam menggunakan sistem *e-payment*. Konstruk ini diukur dengan menggunakan indikator keamanan dan kekhawatiran. Dari pengujian yang telah dilakukan, indikator keamanan mempunyai nilai faktor loading yang

paling tinggi dari konstruk tersebut. Individu berpendapat bahwa informasi yang terkait dengan transaksi pengguna dan sistem *e-payment* adalah aman.

Perlindungan secara teknis mengacu kepada prosedur bagaimana sistem tersebut melindungi dalam bertransaksi melalui *e-payment*. Indikator yang mendasari variabel perlindungan secara teknis ada tiga yaitu privasi, integritas, dan stabilitas. Ketiga indikator tersebut dapat meningkatkan persepsi keamanan konsumen yang akhirnya berdampak pada rasa percaya konsumen. Dari ketiga indikator yang mempunyai nilai faktor loading paling tinggi adalah keamanan, yaitu data yang diberikan oleh individu kepada penyedia jasa layanan *e-payment* adalah hal yang aman.

Pernyataan keamanan berarti memberikan informasi kepada konsumen tentang penggunaan *e-payment* dan tentang solusi-solusinya. Pernyataan keamanan sebaiknya harus ada di setiap situs penyedia layanan *e-payment*, supaya individu dapat dengan mudah mendapatkan jaminan keamanan jika terjadi masalah dan hendaknya pernyataan keamanan dibuat sesederhana mungkin supaya individu dapat mudah memahaminya. Indikator yang digunakan untuk mengukur adalah ketersediaan, kemudahan akses, dan komprehensibilitas. Indikator kemudahan dalam menemukan pernyataan keamanan dari situs penyedia layanan *e-payment* mendapatkan nilai faktor loading paling tinggi.

Persepsi risiko mengacu kepada penilaian pribadi individu dalam menganalisis sebuah risiko yang mungkin terjadi jika individu tersebut menggunakan sistem *e-payment*. Semakin tinggi risiko maka semakin rendah tingkat kepercayaan individu untuk diberikan kepada situs tersebut dan sebaliknya jika risiko yang diperoleh individu kecil maka semakin besar kepercayaan individu dalam menggunakan sistem tersebut. Oleh karena itu, hubungan dari persepsi risiko dan kepercayaan mempunyai hubungan yang negatif. Indikator bahwa menggunakan sistem *e-payment* adalah pilihan berisiko mempunyai nilai faktor loading yang paling tinggi.

Penelitian ini mengambil sampel responden mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua konstruk yang diteliti yaitu persepsi keamanan, perlindungan secara teknis, dan pernyataan keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*. Sedangkan untuk konstruk persepsi risiko berhubungan negatif dengan persepsi kepercayaan sesuai dengan hipotesis. Semua hipotesis didukung setelah dilakukan pengujian sesuai dengan parameter uji.

Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi faktor persepsi keamanan, perlindungan secara teknis, pernyataan keamanan maka semakin tinggi pula persepsi kepercayaan yang didapatkan, dan semakin rendah persepsi risiko maka akan semakin tinggi persepsi kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*.

### **Implikasi Hasil Penelitian**

Faktor kepercayaan merupakan faktor penentu dalam menggunakan sistem *e-payment*. Konstruk persepsi keamanan, perlindungan secara teknis, pernyataan keamanan, dan persepsi risiko menimbulkan persepsi kepercayaan individu untuk menggunakan sistem *e-payment*. Kesimpulan yang didapat setelah pengujian adalah ke empat konstruk berpengaruh terhadap kepercayaan dalam menggunakan sistem *e-payment*.

Implikasi penelitian ini dapat digunakan oleh penyedia layanan *e-payment* untuk lebih mengutamakan faktor persepsi keamanan, perlindungan secara teknis, pernyataan keamanan, dan persepsi risiko, sehingga mendapat kepercayaan dari individu untuk menggunakannya. Penelitian ini juga dapat digunakan oleh penyedia layanan *e-payment* untuk meningkatkan kualitas sistemnya supaya individu percaya bahwa sistem tersebut aman dan nyaman untuk digunakan.

### **Keterbatasan dan Saran Penelitian**

Penelitian ini tidak bebas dari keterbatasan, diantaranya saat kuesioner disebarkan kepada responden, banyak dari responden untuk tidak mau mengisi dengan alasan terburu-buru atau tidak ada waktu. Dan jika responden bersedia mengisi kuesioner, mereka tidak sepenuhnya serius dalam mengisi. Hal tersebut terbukti dari kenyataan bahwa setelah data dipilih untuk diolah, ternyata tingkat pengembalian sampel yang digunakan hanya sebesar 58,8%. Hal tersebut dapat dilihat dari jawaban kuesioner yang kembali, bahwa responden mengisi pertanyaan positif dan negatif dalam skala yang sama. Tingkat pengembalian hampir 50% tidak dapat digunakan dan diolah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ayo, C., & Ukpere, W. (2010). Design of a Secure Unified E-Payment System in Nigeria: A Case Study. *African Journal of Business Management*, 4 (9), 1753-1760.
- Cabanillas, F., Fernandez, J., & Leiva, F. (2014). Antecedents of the Adoption of the New Mobile Payment Systems: The Moderating Effect of Age. *Marketing and Market Research Application* , 464-478.
- Changsu, K., Tao, W., Shin, N., & Kim, Ki.-Soo. (2010). An Empirical Study of Customers' Perception of Security and Trust in E-Payment Systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9, 84-95.
- Chellapa, R. K. (2002). Consumers' Trust in Electronic Commerce Transactions: The Role of Perceived Privacy and Perceived Security.
- Corbitt, B. J., Thanasankit, T., & Yi, H. (2003). Trust and E-Commerce: A Study of Consumer Perceptions. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2, 203-215.
- Friedman, B., Hurley , D., C. Howe, D., Felten, E., & Nissenbaum, H. (2002). Users' Conceptions of Web Security: A Comparative Study. *CHI*.
- Gelinas, U. J., & Steve G., S. (2001). *Accounting Information Systems. 6th Edition*. Shouth-Western: Ohio.
- Guan, S.-U., & Hua, F. (2003). A Multi-Agent Architecture for Electronic Payment.
- Hai, L. H. (2013). A Study on Consumers' Perception of Trust and Security in Electronic Payment Services in Vietnam. *International University School of Business*.
- Hsieh, C. (2001). E-commerce payment systems: critical issues and management strategies. *Human Systems Management*, 20, 131-138.
- <http://sharingvision.com/2013/10/pertumbuhan-internet-banking-dan-e-commerce-di-indonesia/>. 2013. *E-Commerce*. Diakses tanggal 6 Oktober 2014.
- Hwang, R.-J., Shiau, S.-H., & Janq, D.-F. (2007). A New Mobile Payment Scheme for Roaming Services. *Electronic Commerce Research and Applications*, 6, 184-191.

- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jogiyanto, H. M., & Willy A. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Kim, D., D.L. , F., & H.R., R. (2008). A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents . *Decision Support Systems*, 544-564.
- Kusuma, D. P. (2012). *Persepsi Individu Atas Keamanan dan Kepercayaan: Studi Empiris Konteks Perilaku Penggunaan Sistem E-payment*.
- Laudon, C. K., & Traver, C.G. (2001). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Addison Wesley Publishing.
- Lim, A. S. (2008). Inter-consortia battles in mobile payments standardisation. *Electronic Commerce Research and Application*, 202-213.
- Linck, K., K., P., & D.G, W. (2006). Security issues in mobile payment from the customer viewpoint. *In Proceedings of the 14th European Conference on Information Systems (ECIS 2006)*, 1-11.
- Mizayaki, J., & K., Fernandez. (2000). The antecedents and consequences of trust in online-purchase decisions. *Journal of Interactive Marketing*, 16, 47-63.
- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nash, J. F. (1989). *Accounting Information System. 2nd Edition*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- O'Brien, J. A. (2004). *Management Information System: Managing Information Technology in the Business Enterprise. Sixth Edition*. New York, USA: Mc. Graw-Hill.
- Pan, Y., & Zinkhan, G. (2006). Determinants of retail patronage: A meta-analytical perspective. *Journal of Retailing*, 229-243.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. (2005). *Accounting Information System. 11th Edition*. Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tsiakis, T., & Sthepanides, G. (2005). The Concept of Security and Trust in Electronic Payments. *Computers and Security*, 10-15.

Yousafzai, S., J.G, P., & G.R, F. (2003). A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking. *Technovation*, 23, 847-860.

Zahra, S., M.J, S., & T., H. (2011). The Study of Customers' Perceptions of Security in E-Payment Systems in Iran. *2nd International Conference on Business and Economic Research*.