

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN SISTEM
PEMBAYARAN SHOPEE PAYMENT (SHOPEE PAY)
(Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya)**

Nurul Arifah Shafira

rlshafira@student.ub.ac.id

Accounting Department, Faculty of Economics and Business, Brawijaya
University Jl. MT. Haryono 165, Malang 65145, Indonesia

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat di Indonesia menimbulkan pertumbuhan *marketplace* juga meningkat dan melahirkan berbagai inovasi khususnya yang berkaitan dengan *financial technology*. Yang salah satunya sistem pembayaran sudah dapat dilakukan secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memberikan bukti empiris mengenai analisis faktor faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem pembayaran *shopee payment (shopee pay)* studi kasus pada mahasiswa S1 jurusan akuntansi angkatan 2017 fakultas ekonomi dan bisnis universitas brawijaya. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan data primer berupa hasil kuesioner yang diisi oleh responden dengan sampel sebanyak 71. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang menggunakan sistem pembayaran *shopee payment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem.

Kata kunci : Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Penggunaan Sistem

Abstract

The advanced technological development in Indonesia is in conjunction with the growth of the marketplace and induces the emergence of various innovations especially in financial technology, one of which is the digital payment system. This study aims to identify and provide empirical evidence of the analysis of the factors influencing the use of the shopee payment system (shopee pay), a case study on undergraduate students majoring in accounting class of 2017 of the Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya. The samples of 71 respondents are selected through purposive sampling technique utilizing primary data gathered from questionnaires. The population includes the shopee pay users of undergraduate students majoring in accounting class of 2017 of the Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya. The results reveal that perceived usefulness and perceived convenience have a positive effect on the intention of using the system.

Keywords : Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, System Use.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi kehidupan manusia, kehidupan manusia saat ini sangat dimudahkan oleh teknologi sehingga teknologi sudah menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Saat ini negara Indonesia sudah memasuki era ekonomi digital. Hal ini ditunjukkan oleh semakin banyak masyarakat Indonesia yang memanfaatkan internet dalam berbagai bidang kehidupannya, mulai dari edukasi, kesehatan, dan ekonomi. Dalam bidang ekonomi, kegiatan perdagangan di Indonesia sudah memanfaatkan internet sehingga komunikasi antara penjual dan pembeli serta transaksi jual-beli dapat dilakukan secara *online*. Salah satu hal yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi adalah sistem pembayaran dimana sistem pembayaran sudah dapat dilakukan secara digital. Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology* (fintech) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.

Perkembangan internet yang semakin meningkat di Indonesia menimbulkan pertumbuhan *marketplace* juga meningkat. Shopee merupakan salah satu situs *marketplace* yang dikenal luas oleh masyarakat Indonesia yang dapat diakses dengan situs web maupun aplikasi berbasis di *platform mobile* yang memudahkan untuk konsumen melakukan transaksi pembelian hanya melalui telepon seluler dengan mengunduh aplikasi melalui *Google Play* atau *App Store*. Banyaknya *marketplace* di Indonesia membuat *Shopee* berupaya merebut pangsa pasar dengan menyediakan semua kebutuhan masyarakat, salah satunya menyediakan pelayanan berupa *Shopee Pay*. Dikutip dari *Journal of Information System and Technology Management* Vol. 14, No. 1 (2017), Fred Davis menjelaskan bahwa terdapat dua variabel yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi, yaitu: persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Model ini menyebutkan bahwa pengguna sistem cenderung menggunakan sistem apabila sistem mudah digunakan dan bermanfaat bagi pengguna. Jika masyarakat mempersepsikan kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan uang elektronik dengan positif dan merasakan manfaat dan mudahnya menggunakan uang elektronik maka akan timbul minat penggunaan uang elektronik.

Dalam penelitian ini, Menurut Jogiyanto (2007) persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) yakni seseorang yakin jika memakai suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan menurut Fred D. Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) yakni seseorang yakin jika penggunaan sistem tertentu dapat meningkatkan performa pekerjaannya. Jadi dapat disimpulkan persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan pengguna terhadap manfaat teknologi atau sistem yang digunakan untuk mengambil keputusan. Jika pengguna yakin bahwa teknologi tersebut berfungsi maka pengguna tersebut akan menggunakannya dan begitu sebaliknya. Kehadiran *Shopee Pay* memberikan banyak manfaat seperti berguna dalam melakukan transaksi tanpa harus menyiapkan uang tunai yang pas sesuai tarif untuk membayar dan juga tidak perlu pusing memikirkan uang kembalian maupun pecahan yang pas untuk membayar (*make job easier*) sehingga waktu bertransaksi terasa lebih cepat dan singkat (*work more quickly*). Banyaknya penawaran gratis ongkos kirim bagi pengguna *Shopee Pay* (*give more benefits*). *Shopee Pay* juga memiliki sistem keamanan yang ketat dan terjamin sehingga memberikan rasa aman ketika pengguna melakukan transaksi pembayaran (*give sense of security*). Selain nyaman digunakan, bertransaksi menggunakan *Shopee Pay* tidak perlu membuang banyak waktu dan mengeluarkan tenaga yang besar sehingga transaksi menjadi lebih praktis (*increase efficiency*).

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Fred D. Davis, 1989; Jogiyanto, 2007). Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan tingkat kepercayaan pengguna bahwa menggunakan teknologi tidak perlu mengeluarkan usaha yang keras. *Shopee Pay* memiliki tujuan agar memudahkan penggunaannya dalam melakukan transaksi secara cepat. Berbagai benefit yang ditawarkan *Shopee Pay* dapat membangun hal positif yang membuat konsumen

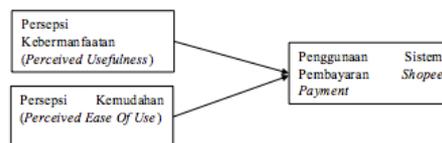
mengambil keputusan untuk menggunakan fasilitas dari *Shopee Pay* tersebut. Karena bagi seseorang dalam suatu sistem informasi bila mudah dipakai, maka orang tersebut mau memakainya. Begitupun kebalikannya, bila seseorang merasakan sistem informasi itu terkesan sukar untuk dipakai, maka orang tersebut tidak mau memakainya. Kemudahan dalam menggunakan *Shopee Pay* terlihat dari seberapa mudah mengakses aplikasi *Shopee* dan dalam pemakaiannya apakah mudah digunakan atau tidak. Kemudahan yang dirasakan jika melakukan transaksi menggunakan *Shopee Pay* antara lain kebebasan untuk melakukan transaksi selama 24 jam bagi penggunaannya sehingga terasa lebih fleksibel yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun (*flexible*). Selain itu, penggunaan *Shopee Pay* sangat mudah dipelajari yang membuat penggunaannya tidak kesulitan untuk memahami isi dalam aplikasi tersebut, karena aplikasi *Shopee* memberikan tampilan yang praktis sehingga mudah dipahami ketika penggunaannya ingin menggunakan berbagai layanan yang tersedia (*easy to learn*). Pembayaran dengan menggunakan *Shopee Pay* juga memberikan sistem aplikasi yang mudah digunakan karena pemakaian sistem berbasis aplikasi lebih mudah dilakukan dibanding melakukannya secara manual (*easy to use*) sehingga kecepatan tanggap dalam merespon perintah memberikan adanya kemudahan interaksi antara pengguna dan sistem aplikasi tersebut adanya kemudahan interaksi antara pengguna dan sistem aplikasi tersebut (*easy to interact*).

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap penggunaan sistem pembayaran *Shopee Payment (Shopee Pay)*
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap penggunaan sistem pembayaran *Shopee Payment (Shopee Pay)*

Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori *Perceived Usefulness* dan teori *Perceived Ease of Use* yang mempengaruhi sistem pembayaran *Shopee Payment* gambaran menyeluruh dalam penelitian ini dapat disederhanakan seperti berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa hipotesis 1 persepsi kebermanfaatan (X1) mempengaruhi penggunaan aplikasi shopee payment (Y), kemudian hipotesis 2 persepsi kemudahan (X2) mempengaruhi penggunaan aplikasi shopee payment (Y).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Sedangkan sampel, menurut Sekaran (2006) adalah sebagian unsur populasi yang dijadikan objek penelitian. Sampel digunakan apabila ukuran populasinya relatif besar. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang pernah menggunakan ShopeePay pada aplikasi Shopee.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yang merupakan metode pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan (kriteria) peneliti. Perhitungan sampel dilakukan menurut perhitungan Menurut Heir, *et al* (2014) besarnya ukuran sampel minimum ialah jumlah indikator x 5 sampai 10 sehingga pada penelitian ini $14 \times 5 = 70$ sampel untuk memenuhi kriteria pengolahan. Adapun proses seleksi sampel berdasarkan kriteria, yaitu merupakan mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Angkatan 2017 dan pernah berbelanja secara online melalui Shopee dengan pembayaran ShopeePay ataupun berbelanja menggunakan pembayaran ShopeePay.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisisioner. Kuisisioner akan dipergunakan untuk mengumpulkan informasi dari mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi yang menggunakan sistem pembayaran ShopeePay untuk mendeskripsikan, membandingkan, atau menjelaskan pengetahuan, sikap dan perilaku mereka mengenai diterapkannya penggunaan sistem pembayaran ShopeePay terhadap minat, kebermanfaatan, dan kemudahannya. Kuisisioner penelitian ini menggunakan jenis pertanyaan tertutup sehingga peneliti lebih mudah dalam mengkodekan informasi yang diberikan responden. Kuisisioner yang disebarakan berupa kuisisioner elektronik melalui *google form*.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala Interval dengan tipe pengukuran Skala Likert. Skala Interval adalah skala yang memiliki selisih sama antara satu pengukuran dengan pengukuran yang lain, tetapi tidak memiliki nol mutlak (Dahri, 2020). Kemudian Skala Likert merupakan skala yang dirancang untuk menguji seberapa kuat responden setuju dengan pernyataan yang terkait dengan variabel minat dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Skala yang digunakan satu sampai lima dan masing-masing skor diberi keterangan dari angka satu yaitu Sangat Tidak Setuju, angka dua yaitu Tidak Setuju, angka tiga yaitu Kurang Setuju, angka empat yaitu Setuju, dan angka lima yaitu Sangat setuju.

Metode Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan Metode Analisis statistik deskriptif merupakan cara yang digunakan dalam menganalisis data.

Uji Normalitas Menurut Sugiyono (2013 hal. 239) menjelaskan tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengujin apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak, pengujian tersebut penting karena apabila tidak normal maka tidak dapat menggunakan statistic yang bersifat parametric. Pengujian ini menggunakan grafik P-Plot dan juga *kolmogrov smirnov* dengan melihat nilai probabilitas apabilakurang dari $< 0,05$ data dikatakandistribusi normal sebaliknya jika lebih dari $> 0,05$ maka data dinyatakan tidak normal.

Uji multikolinearitas dilakukan dalam pengujian dalam model regresi apakah terdapat korelasi diantara variabelindependen atau variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. VIF (*Varians Inflation Factor*) merupakan pedoman suatu model regresi yang terbebas dari masalah multikolinearitas jika VIF memiliki nilai kurang dari 10 dan memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 (Ghozali, 2011 hal.105).

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2011 hal. 139) menjelaskan pengujian memiliki tujuan dalam data dimana dalam model regresi ada tidaknya kesamaan dalam *variance* pada residual sebuah pengamatan yang satu ke pengamatan yanglainnya. Munculnya uji ini jika residual tidak adanya *variance* yang konstan pada observasi satu dengan yang lainnya, pengujian ini dapat diamati dengan melihat grafik *scatterplot* dari penyebaran titik-titik yang terjadi membentuk secara acak, atau membentuk pola tertentu.

Uji hipotesis secara parsial dan simultan. Uji hipotesis didapatkan dari pengumpulan data yang berdasarkan fakta empiris dengan berdasarkan jawaban sementara atau rumusan masalah biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan sehingga dapat membawa untuk menarik kesimpulan apakah rumusan masalah penelitian diterima hipotesisnya atau ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran karakteristik responden pada penelitian ini diperoleh melalui data hasil penyebaran kuesioner 71 responden mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Karakteristik responden yang digunakan pada penelitian ini antara lain jenis kelamin, usia responden, dan pernah menggunakan shopee payment. Ringkasan data responden dapat dilihat melalui Tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Ringkasan Data Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------|-----------|------------|
| 1 | Perempuan | 58 | 82% |
| 2 | Laki-laki | 13 | 18% |
| | | 71 | 100% |

Tabel 4.2 Ringkasan Data Lokasi Usaha Responden

| No | Usia | Frekuensi | Persentase |
|----|-------------|-----------|------------|
| 1 | < 20 tahun | 2 | 3% |
| 2 | 21-25 tahun | 69 | 97% |
| | | 71 | 100% |

Tabel 4.3 Ringkasan Data Umur Usaha Responden

| No | Pernah menggunakan Shopee Payment (Shopee Pay) | Frekuensi | Persentase |
|----|--|-----------|------------|
| 1 | Ya | 67 | 94% |
| 2 | Tidak | 4 | 6% |
| | | 71 | 100% |

Sumber: Data Primer, diolah. 2021

Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas

1. Uji Validitas

Dari Tabel 4.2 diketahui bahwa nilai r hitung lebih besar dari r table dengan sig r untuk semua variabel lebih kecil dari 0,5 yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Konvergen

| Item | r hitung | Sig. | r Tabel | Keterangan |
|------|----------|-------|---------|------------|
| X1.1 | 0.760 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X1.2 | 0.525 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X1.3 | 0.629 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X1.4 | 0.547 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X1.5 | 0.480 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X1.6 | 0.511 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X1.7 | 0.658 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X1.8 | 0.632 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X2.1 | 0.738 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X2.2 | 0.700 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X2.3 | 0.812 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X2.4 | 0.502 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X2.5 | 0.682 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| X2.6 | 0.650 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| Y1.1 | 0.771 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| Y1.2 | 0.764 | 0.000 | 0.279 | Valid |
| Y1.3 | 0.760 | 0.000 | 0.279 | Valid |

Sumber: Data Primer, diolah. 2021

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa seluruh konstruk sudah memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih > 0,6 dan nilai *Composite Reliability* > 0,6 sehingga telah memenuhi kriteria reliabilitas. Dengan terpenuhinya standar uji parameter ini maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini reliabel.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Koefisien Reabilitas | Keterangan |
|----|----------|----------------------|------------|
| 1 | X1 | 0.918 | Reliabel |
| 2 | X2 | 0.934 | Reliabel |
| 3 | Y | 0.903 | Reliabel |

Sumber: Data Primer, diolah. 2021

Hasil Uji Asumsi Klasik

Dari hasil perhitungan didapat nilai **sig.** sebesar 0.200 (dapat dilihat pada Tabel 4.10) atau lebih besar dari 0.05; maka ketentuan H_0 diterima yaitu bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

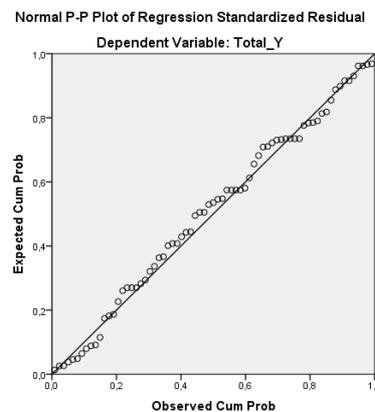
| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 71 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,63999184 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,064 |
| | Positive | ,053 |
| | Negative | -,064 |
| Test Statistic | | ,064 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{c,d} |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan uji Grafik Histogram didapatkan bahwa frekuensi Residual paling banyak mengumpul pada nilai 0 atau nilai penyebaran data sudah sesuai dengan kurva normal sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal. Berdasarkan uji P-P Plot didapatkan bahwa titik – titik data sudah menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas



Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance $> 0,1$ serta Uji multikolinearitas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (Variance Inflation Faktor) dengan angka 10. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinearitas dapat terpenuhi.

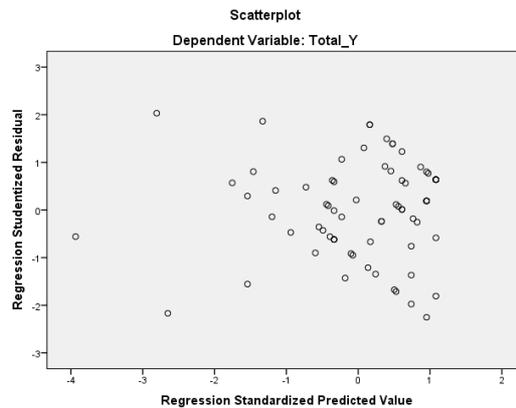
Tabel 4.7: Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel Bebas | Collinearity Statistics | |
|----------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| X1 | 0.521 | 1.920 |
| X2 | 0.521 | 1.92 |

Sumber: Data primer diolah

Uji Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dengan terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat. Sehingga dapat diambil interpretasi dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

Tabel 4.8: Rekapitulasi Hasil Regresi Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -3,419 | 1,469 | | -2,328 | ,023 | | |
| Total_X1 | ,270 | ,054 | ,524 | 5,018 | ,000 | ,521 | 1,920 |
| Total_X2 | ,220 | ,071 | ,324 | 3,109 | ,003 | ,521 | 1,920 |

a. Dependent Variable: Total_Y

Dalam *standardized regression*, ukuran variabel atau ukuran jawabannya telah disamakan. Adapun persamaan regresi yang didapatkan berdasarkan Tabel 4.8 adalah sebagai berikut:

$$Y' = -3.419 + 0.270X1 + 0.220X2 + 1.469$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar -3.419 artinya jika Persepsi Kebermanfaatan (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2) adalah 0 , maka Minat Penggunaan Sistem (Y') nilainya adalah 3.419 .
- b. Koefisien regresi variabel Persepsi Kebermanfaatan (X_1) sebesar 0.270 ; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap mengalami penurunan satuan, maka Minat Penggunaan Sistem (Y') akan mengalami penurunan sebesar 0.270 . Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Sistem.
- c. Koefisien regresi variabel Persepsi Kemudahan (X_2) sebesar 0.220 ; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap mengalami penurunan satuan, maka Minat Penggunaan Sistem (Y') akan mengalami penurunan sebesar 0.220 . Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Sistem.
- d. Nilai Standart error untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi sehingga nilai e disini adalah 1.469 .

Pengujian Hipotesis

a. Hipotesis 1

X_1 (Persepsi Kebermanfaatan) dengan Y (Minat Penggunaan Sistem) menunjukkan t hitung = 5.018 . Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$) adalah sebesar 1.66298 . Karena t hitung $>$ t tabel yaitu $5.018 > 1.66298$ atau nilai sig $t(0,000) < \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (Persepsi Kebermanfaatan) terhadap Minat Penggunaan Sistem adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Minat Penggunaan Sistem dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Persepsi Kebermanfaatan.

Hasil penelitian disini menunjukkan bahwa shopee pay memberikan kebermanfaatan terhadap penggunaan sistem pembayaran shopee pay melalui empat indikator yaitu mempermudah transaksi, mempercepat transaksi, memberikan keuntungan tambahan, dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi. Kajian pada indikator kebermanfaatan lingkup mempermudah dan mempercepat transaksi pada penelitian ini menunjukkan bahwa menggunakan shopee pay tidak perlu menghabiskan waktu yang cukup lama dalam mengaplikasikannya sehingga dapat mempermudah transaksi sekaligus mempercepat transaksi yang dilakukan ketika sedang terjadi proses jual beli. Pada indikator memberikan keuntungan tambahan, shopee pay memberikan keuntungan yang banyak seperti berbagai macam bonus, promo, free ongkir, dan cashback dalam setiap transaksinya. Untuk indikator meningkatkan efisiensi, shopee pay mampu dinilai dapat meningkatkan keefektifitasan dalam berbelanja dengan pembayaran dimanapun dan kapanpun.

Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila suatu teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi tersebut berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika menurutnya teknologi tersebut kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya. Seseorang juga akan menggunakan suatu teknologi jika seseorang tersebut mengetahui manfaat positif atas penggunaannya. Oleh karena itu diharapkan dengan kehadiran teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada setiap penggunanya agar penggunanya dapat menggunakan teknologi tersebut dengan berbagai manfaat yang telah di berikan. Hasil penelitian tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Joan dan Sitinjak (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan.

b. Hipotesis 2

X_2 (Persepsi Kemudahan) dengan Y (Minat Penggunaan Sistem) menunjukkan t hitung = 3.109 . Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$) adalah sebesar 1.66298 . Karena t hitung $>$ t tabel yaitu $3.109 > 1.66298$ atau nilai sig $t(0,000) < \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (Persepsi Kemudahan) terhadap Minat Penggunaan Sistem adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat

disimpulkan bahwa Minat Penggunaan Sistem dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Persepsi Kemudahan.

Hasil penelitian disini menunjukkan bahwa shopee pay memberikan kemudahan terhadap penggunaan sistem pembayaran shopee pay melalui tiga indikator yaitu mudah untuk dipelajari, mudah untuk didapatkan, mudah untuk dioperasikan. Kajian pada indikator kebermanfaatan lingkup mudah untuk dipelajari pada penelitian ini menunjukkan bahwa menggunakan shopee pay sangat mudah untuk dipahami dan sangat jarang bagi pengguna mengalami kebingungan. Pada indikator mudah untuk didapatkan, sebagai sistem pembayaran elektronik, shopee pay sangat mudah ditemukan dimanapun seperti tempat makan hingga tempat-tempat berbelanja. Untuk indikator mudah untuk dioperasikan, shopee pay dirasa sangat fleksibel dalam penggunaannya dan dapat dioperasikan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Minat Merupakan ketertarikan individu pada sesuatu yang sifatnya tetap agar lebih mengingat dan memperhatikan secara terus menerus yang diikuti dengan rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi, jika kepuasan yang dirasakan memiliki manfaatnya.

Hasil Penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Widodo dan Putri (2017) persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan.

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif dalam penggunaan sistem pembayaran shopee payment pada mahasiswa jurusan akuntansi angkatan 2017 karena dengan adanya shopee payment dapat mempermudah dan mempercepat dalam transaksi.
2. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dalam penggunaan sistem pembayaran shopee payment pada mahasiswa jurusan akuntansi angkatan 2017 karena dengan adanya shopee payment dapat dengan mudah untuk dipelajari, didapatkan, dan dioperasikan.

Terdapat beberapa keterbatasan yang dihadapi selama proses penelitian, seperti penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat *cross-sectional* dimana informasi yang dikumpulkan mewakili apa yang terjadi hanya pada satu titik waktu. Dan hanya membuktikan kondisi yang terjadi pada waktu penelitian dan perubahan yang akan terjadi tidak dapat diamati. Adanya keterbatasan penelitian dalam pengumpulan sampel karena tidak dapat menyebarkan kuesioner secara langsung.

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk melanjutkan penelitian di masa yang akan datang, yaitu diharapkan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat dilakukan penelitian menggunakan jenis penelitian lain seperti *longitudinal* atau dalam jangka waktu yang panjang agar hasil penelitian akan tetap sesuai dengan perubahan yang akan terjadi di masa yang akan datang.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajaib.co.id. 2020. Daftar Marketplace Indonesia 2020 dengan Kunjungan Terbanyak. Diakses dari <https://ajaib.co.id/daftar-marketplace-indonesia-2020-dengan-kunjungan-terbanyak/>.
- Aritonang & Arisman. 2019. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money. Jurnal STIE Multi Data Palembang.
- Augusty, Ferdinand. 2016. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro
- Bangkara, Rajendra Prasada dan Ni Putu Sri Harta Mimba. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use pada minat penggunaan internet banking dengan attitude toward using sebagai variabel intervening.
- Bank Indonesia. 2016. PBI 18/40/PBI/2016 Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Diakses 17 Desember 2017. http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Documents/PBI_184016.pdf.
- Cheng, T.C. Edwin. 2014. "Adoption of Internet Banking: An Empirical Study in Hong Kong". Department of Logistics, The Hong Kong Polytechnic University, Hung Hom, Kowloon, Hong Kong.
- David, Fred R. dan David, Forest R. (2017). Strategic Management concepts and cases A Competitive Advantage Approach. Sixteenth Edition. England. Pearson Education Limited.
- Davis FD. 2017. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". MIS Quarterly. Vol. 13 No. 5:1989, hal.320
- Deni Rahmatsyah, 2016, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (studi kasus: E-money kartu Flazz BCA) tahun 2011," Tesis. Universitas Indonesia.
- Dharmesta, R. P. 2016. Investigasi Pengaruh Risiko terhadap Penggunaan Aplikasi Go-Jek di Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- Dirnaeni. 2020. Promosi, *Customer Relationship Management* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Shopee Pay. Skripsi. Universitas Gunadarma.
- Endang Fatmawati, 2015, "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi", Vol. 09 No.1.
- Ghozali, Imam. 2019. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang : UNDIP.
- Gujarati, D.N. dan D.C. Porter. 2015. Dasar-Dasar Ekonometrika, Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat
- Haidari & Tileng. 2018. Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. JUISI, Vol. 4, No. 1.
- Iprice.co.id. 2020. E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020. Diakses dari <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>.
- Jimenez, N., San-Martin, S., & Azuela, J. I. (2016). Trust and Satisfaction: The Keys to Client Loyalty in Mobile Commerce. Academia Revista Latinoamericana de Administración.
- Joan & Sitinjak. 2019. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. Jurnal Manajemen. Vol. 8, No. 2.
- Jogiyanto, 2019. Sistem Informasi Manajemen. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jogiyanto. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.
- Karim, Mustofa Abdul. 2017. Pengaruh Penerimaan Sistem Pemabayaran Go-PAY Menggunakan TAM (*Technology Acceptable Model*) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Muhibbin Syah, 2015. Psikologi Pendidikan, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Nasri, Wadie dan Lanouar Charfeddine. 2013. Expanding the Technology Acceptance Model to Examine Internet banking Adoption in Tunisia Country. International Journal of Innovation in the Digital Economy, October/December 2013.
- OJK. 2020. Perkembangan Fintech di Indonesia.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2015). Edisi 5, Research Method For Business: A Skill Building Approach. John Wiley @ Sons, New York.

- Siti Taufik Muntianah, Endang Siti Astuti, dan Devi Farah Azizah. 2012. Pengaruh Minat Perilaku terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Profit Volume 6 No. 1 Tahun 2012.
- Slameto . 2019. Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Widayat, Amirullah. 2014. Metode Penelitian Pemasaran. Malang : CV. Cahaya Press.
- Widjana, M. A., & Rachmat, B. (2014). Factors Determining Acceptance Level Of Internet Banking Implementation. Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura, Vol. 14, No. 2, pp: 161-174