

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Transaksi Elektronik

A. Definisi Transaksi Elektronik

Dijelaskan dalam UU Nomor 11 tahun 2008, transaksi elektronik merujuk pada perbuatan hukum yang dilantaskan dengan memanfaatkan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya. Perbuatan hukum dalam konteks transaksi elektronik mencadangkan cakupan yang amat luas, mencakup beragam bentuk interaksi digital yang melibatkan pertukaran informasi, data, dan nilai ekonomi secara elektronik. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 mengenai Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dalam pasal 40 secara distingtif mengatur tentang transaksi elektronik yang terjadi antara entitas pemerintah, swasta, maupun individu. Beberapa fitur esensial dari transaksi elektronik adalah keandalan, keamanan data, validitas hukum, efisiensi proses, dan kemudahan akses pemerintah dan swasta. Beberapa fitur esensial dari transaksi elektronik adalah:

- a) Digitalisasi: Semua proses dilakukan secara digital, mengurangi kebutuhan untuk interaksi fisik
- b) Kecepatan: Transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan efisien
- c) Aksesibilitas: Memungkinkan akses ke layanan keuangan dan perdagangan dari lokasi mana pun dengan koneksi internet.
- d) Terdapat beberapa lingkup transaksi elektronik yaitu, transaksi antara pelaku usaha, transaksi antara pelaku usaha dengan konsumen, transaksi antar individu, transaksi antar instansi dan transaksi antara instansi dengan masyarakat. Contoh dari transaksi elektronik tergolong pembayaran tagihan secara online melalui aplikasi *mobile banking*, pembelian barang melalui platform *e-commerce* serupa seperti Tokopedia atau Shopee hingga transfer uang antar individu menggunakan aplikasi dompet digital.

B. Jenis-jenis Transaksi Elektronik

Jenis-jenis transaksi elektronik yang melibatkan pertukaran informasi dan nilai dalam transaksi elektronik antara lain (Binus University, 2020) :

1. *E-Commerce*

Merupakan sistem pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet, seperti pembelian barang melalui platform *e-commerce* seperti Shopee atau Tokopedia. Dengan adanya *e-commerce* ini dapat meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam melakukan transaksi, serta memungkinkan akses ke berbagai produk dan jasa dari lokasi mana pun dengan koneksi internet.

2. *E-Banking*

Merupakan layanan perbankan yang dilakukan secara *online* termasuk dengan transfer uang, cek saldo dan lain halnya. Hal ini dapat dilakukan melalui internet banking atau *mobile banking*. Dengan adanya *e-banking* ini dapat meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan, serta memungkinkan pelacakan dan pengelolaan keuangan yang lebih mudah.

3. *E-Payment*

Suatu sistem pembayaran yang menggunakan internet sebagai media perantaranya melalui kartu kredit, dompet digital hingga transfer bank. Hal ini meningkatkan kecepatan dan efisiensi dalam melakukan transaksi, serta memungkinkan pembayaran yang lebih praktis dan aman dibandingkan dengan pembayaran tunai.

4. *Open Banking*

Suatu sistem perbankan yang memungkinkan integrasi data dan layanan perbankan dengan aplikasi pihak ketiga, seperti BRI API dengan pihak ketiga nya untuk memfasilitasi transaksi *e-commerce*. Hal ini dapat meningkatkan integrasi dan efisiensi dalam melakukan transaksi, serta memungkinkan akses ke berbagai layanan perbankan melalui aplikasi pihak ketiga.

5. *Mobile Payment*

Merupakan sistem pembayaran yang menggunakan smartphone untuk melakukan transaksi seperti *Apple Pay*. Hal ini sangat meningkatkan tingkat kenyamanan dan efisiensi dalam melakukan transaksi, serta memungkinkan pembayaran yang lebih mudah dan cepat melalui smartphone.

6. *Virtual Account*

Rekening virtual yang digunakan untuk melakukan transaksi, Contohnya penggunaan BRIVA pada bank BRI. Jenis ini dapat memungkinkan akses ke berbagai layanan perbankan melalui rekening virtual.

C. Regulasi dan Kerangka Hukum

Regulasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang ditetapkan pertama kali pada tahun 2008, membentuk dasar hukum untuk transaksi elektronik di Indonesia. UU ITE telah beberapa kali diubah, yang terakhir dibuat pada Desember 2023. UU ITE mengawasi berbagai aspek transaksi dan informasi elektronik. Guna membuat masyarakat yang melakukan transaksi elektronik lebih aman. Beberapa elemen penting yang diatur oleh UU ITE tergolong:

1. Pengakuan Dokumen Elektronik

UU ITE mengakui dokumen elektronik sebagai alat bukti hukum yang sah, sehingga informasi yang disimpan dan dikirim secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sama dengan dokumen fisik.

2. Tanda Tangan Elektronik

Pengaturan mengenai tanda tangan elektronik juga menjadi bagian penting dari UU ITE, yang memungkinkan transaksi dilakukan secara aman dan terverifikasi

3. Sertifikasi Elektronik

Penyelenggaraan sertifikasi elektronik diatur untuk menjamin keamanan dan keandalan sistem transaksi elektronik.

2. *Financial Technology*

a. Definisi *Financial Technology*

Secara umum *fintech* didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam keuangan yang mencakup penggunaan teknologi untuk memfasilitasi dan mengoptimalkan layanan keuangan, seperti pembayaran, pinjaman, investasi, dan pengelolaan aset. *Fintech* merupakan inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang memungkinkan akses yang lebih mudah bagi masyarakat, termasuk UMKM, dalam memanfaatkan layanan keuangan. *Fintech* tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mendorong adopsi sistem pembayaran digital, seperti *e-wallet* dan *QRIS*, yang memainkan peran penting dalam mempercepat inklusi keuangan di Indonesia (Nugroho, 2022). Hal ini memungkinkan berbagai kegiatan finansial seperti transfer dana, pembayaran, hingga peminjaman dana dilakukan dengan lebih cepat dan efisien. Aspek utama dalam *Financial Technology*, meliputi:

- a) Inovasi Layanan Keuangan, dimana *fintech* menciptakan produk dan layanan baru yang memudahkan konsumen dalam mengelola keuangan mereka, seperti pembayaran digital, pinjaman online, dan investasi otomatis.
- b) Penggunaan Teknologi, *fintech* memanfaatkan teknologi terkini seperti aplikasi mobile, blockchain, dan kecerdasan buatan untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih cepat dan efisien.
- c) Aksesibilitas termasuk aspek utama karena dengan menggunakan *fintech*, individu dan bisnis yang sebelumnya tidak memiliki akses ke layanan perbankan tradisional dapat memperoleh layanan keuangan yang mereka butuhkan.
- d) *Fintech* telah membawa perubahan signifikan dalam cara orang berinteraksi dengan layanan keuangan. Dengan kemudahan akses dan biaya yang lebih rendah, *fintech* membantu meningkatkan inklusi keuangan di kalangan masyarakat yang sebelumnya terpinggirkan dari sistem perbankan konvensional. Selain itu, *fintech* juga mendorong

inovasi dalam industri keuangan dengan memperkenalkan model bisnis baru dan meningkatkan kompetisi di pasar.

b. Jenis-jenis *Financial Technology*

1. *Crowdfunding*

Adalah praktik mengumpulkan dana untuk proyek atau usaha dengan mengajak banyak orang untuk berkontribusi secara kecil-kecilan, biasanya melalui internet. Ini merupakan alternatif bagi metode pembiayaan tradisional seperti pinjaman bank atau modal ventura, dan telah menjadi semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. *Crowdfunding* merupakan alat yang kuat untuk mengumpulkan dana dan mengembangkan komunitas sekitar proyek atau usaha, tetapi juga perlu dilakukan dengan hati-hati untuk menghindari risiko yang mungkin timbul. Ada beberapa jenis *crowdfunding*, antara lain (*gits.id*, 2023) :

a. *Donation-Based Crowdfunding*

Membuat donasi untuk tujuan amal atau proyek tertentu tanpa harapan balasan material

b. *Reward-Based Crowdfunding*

Menawarkan hadiah kepada kontributor, seperti akses dini ke produk atau catatan terima kasih pribadi

c. *Equity-Based Crowdfunding*

Menjual saham perusahaan kepada investor dalam pertukaran dana

d. *Debt-Based Crowdfunding (Peer-to-Peer Lending)*

Memborong uang dari investor dengan janji akan dibayar kembali dengan bunga

2. *Microfinancing*

Merupakan istilah yang merujuk pada layanan keuangan yang ditujukan untuk individu atau bisnis yang tidak memiliki akses ke jasa keuangan tradisional. *Microfinancing* mencakup berbagai jenis layanan seperti microcredit, saving dan checking accounts, microinsurance, payment

systems. Tujuan utama *microfinancing* adalah untuk membantu individu atau bisnis yang miskin menjadi mandiri secara ekonomi. Ini mencakup meningkatkan kesejahteraan ekonomi, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan bisnis kecil (Rosyda, 2024).

- a. *P2P Lending Service*, suatu layanan keuangan yang memungkinkan individu atau bisnis untuk meminjam uang langsung dari individu lain tanpa melalui lembaga keuangan tradisional seperti bank. Layanan ini biasanya disediakan melalui platform online yang menghubungkan peminjam dengan pemberi pinjaman. *P2P lending*, juga dikenal sebagai *crowdlending* atau *social lending*, adalah sistem yang menghubungkan peminjam dengan pemberi pinjaman secara langsung melalui platform online. Platform ini biasanya mengelola hubungan antara peminjam dan pemberi pinjaman, termasuk proses pendaftaran, penilaian risiko, dan pengalokasian pinjaman. Beberapa platform *P2P Lending* yang populer di Indonesia diantaranya *loop*, *prosper*, *peerform* dan lainnya.
- b. *Market Comparison* merupakan suatu proses atau metode yang digunakan untuk membandingkan berbagai produk atau layanan dari penyedia yang berbeda dalam suatu pasar. Dalam konteks *Financial Technology (fintech)*, market comparison berfungsi untuk membantu konsumen dalam mengevaluasi dan memilih produk keuangan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Yang memiliki fungsi dan manfaat sebagai pembanding biaya dan manfaat, meningkatkan transparansi, dan memudahkan akses informasi. Contoh *market comparison* dalam *fintech* seperti *cekaja.com* yang bergerak dalam menyediakan informasi dan perbandingan produk keuangan seperti pinjaman, asuransi, dan kartu kredit.
- c. *Digital Payment System*, yaitu suatu sistem yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara elektronik tanpa menggunakan uang tunai, dengan menggunakan dompet digital.

3. Pembayaran Digital

A. Definisi Pembayaran Digital

Pembayaran adalah suatu pemindahan sejumlah nominal uang sebagai nilai ganti atas produk baik berupa barang maupun jasa. Sedangkan sistem pembayaran digital yaitu suatu proses pembayaran berbasis teknologi dimana sejumlah uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk digital. Proses yang berlaku diinisialisasi dengan alat pembayaran elektronik. Sedangkan system pembayaran non-tunai atau pembayaran digital mencorakkan suatu system yang didalamnya tersanggup peraturan kontrak, teknis, dan fasilitas sebagai bentuk proses penyampaian. Sistem ini mencadangkan beberapa aturan serta fasilitas pendukung lainnya sebagai saran proses mewujudkan, menyampaikan dan pengesahan berupa instruksi transaksi pembayaran untuk memindahkan nilai tara perorangan, bank hingga Lembaga keuangan lainnya (Hastina, 2019).

Dengan berkembangnya teknologi ini suatu pelaksanaan pembayaran non tunai mulai beralih mengenakan pembayaran digital. Pembayaran digital yang merupakan salah satu jeni pembayaran elektronik merupakan suatu sistem yang mencadangkan beberapa kelebihan jika dibandingkan dengan sistem pembayaran digital dikarenakan lebih praktis, aman, dan tersanggup akses yang lebih luas. Perkembangan pendayagunaan sistem pembayaran non tunai ini didukung oleh Bank Indonesia pada tahun 2014 yang bertujuan meningkatkan kesadaran pendayagunaan sistem pembayaran non tunai dalam bertransaksi keuangan di beragam kalangan masyarakat tergolong pelaku bisnis dan lembaga pemerintah atas dasar kesiapan dalam mengimplementasikan *cashless society* yaitu dengan adanya "Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)" (Ramdanti Elma et al., 2023).

B. Sistem Pembayaran Digital

Sistem pembayaran dibuat untuk mentransfer dana guna menggenapi kewajiban yang timbul dari aktivitas ekonomi. Sistem ini terdiri dari beragam aturan, organisasi, dan prosedur. Konsep sistem pembayaran muncul

bersamaan dengan pemahaman bahwa "uang" bertindak sebagai alat tukar atau perantara dalam transaksi keuangan, barang, dan jasa. Secara dasar, sistem ini terdiri dari tiga tahap proses utama: otorisasi, kliring, dan penyelesaian akhir.

Seiring waktu, sistem pembayaran telah beralih ke sistem pembayaran digital. Sistem ini dikenal sebagai pembayaran online, yang mencorakkan proses transfer uang dari satu akun pembayaran ke akun pembayaran lainnya mengenakan perangkat digital serupa *smartphone* atau jaringan nirkabel.

Berdasarkan data Bank Indonesia jumlah pengguna yang telah menggunakan sistem pembayaran digital terus meningkat hingga menyentuh angka 31,86 juta pengguna. Sehingga pasar pembayaran dapat dikatakan bertumbuh dengan pesat. Dalam hal ini, faktor kunci sistem pembayaran digital terletak pada kemudahan dan keamanan metode pembayaran. Oleh karena itu, kepraktisan dan efisiensi sistem pembayaran digital adalah salah satu keunggulannya. Pengguna tidak perlu membawa uang tunai atau kartu pembayaran untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Pembayaran dapat dilakukan dengan cepat dan mudah dengan bantuan ini. Selain itu, sistem pembayaran digital dianggap lebih aman dan andal karena dilengkapi dengan sertifikasi keamanan dan teknologi enkripsi yang tinggi. Pengguna sistem pembayaran digital juga dapat menghemat waktu dan tenaga dengan melacak dan memantau transaksi keuangan yang dilakukan melalui sistem ini. Karena transaksi dapat dilakukan dengan mudah melalui aplikasi atau situs web yang tersedia, pelanggan tidak perlu mengantri di bank untuk mengisi formulir pembayaran manual.

C. Jenis Sistem Pembayaran Digital

Dengan berkembangnya gagasan bahwa "uang" bertindak sebagai alat tukar atau perantara dalam transaksi barang, jasa, dan keuangan, sistem pembayaran pun berevolusi seiring dengan konsep uang yang dibuat untuk menggenapi kewajiban yang timbul dari aktivitas ekonomi. Secara umum, sistem pembayaran terdiri dari beberapa tahap: otorisasi, kliring, dan penyelesaian

akhir. Berikut adalah beberapa jenis sistem pembayaran digital secara umum yang telah dikelompokkan di Indonesia (Dimas, 2023):

a) *E-wallet* (Dompet Digital)

Aplikasi yang digunakan untuk menyimpan uang dalam format digital dan dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran lainnya. Aplikasi yang dimaksud antara lain OVO, DANA, GoPay dan lain nya.

b) Kartu Perbankan

Kartu perbankan meliputi kartu debit dan kredit yang sudah ada sejak lama. Kartu ini memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi secara online maupun offline.

c) *Mobile Banking*

Merupakan layanan perbankan melalui aplikasi di smartphone yang memungkinkan melakukan berbagai transaksi seperti transfer, cek saldo, dan pembayaran tagihan.

d) *Internet Banking*

Merupakan layanan transaksi yang memerlukan akses akun bank melalui internet, dan memiliki kelebihan bahwa pembayaran ini bisa melakukan transef dan pembayaran website.

e) Uang Elektronik

Merupakan sistem pembayaran berbasis kartu yang menyimpan nilai uang secara digital seperti BCA Flazz, BRIZZI dan lainnya yang dapat digunakan untuk pembayaran tol, makanan, minuman dan hal umum lainnya.

f) *Paylater*

Merupakan metode yang dapat melakukan pembelian terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari yang disertai bunga untuk menggunakan metode ini.

g) *Virtual Account*

Merupakan salah satu metode yang memberikan nomor rekening virtual untuk setiap transaksi untuk memudahkan pengelolaan pembayaran.

h) *QRIS*

Sistem pembayaran berbasis kode QR yang memungkinkan transaksi dapat dilakukan dengan memindai kode yang terdapat di merchant para pelaku usaha.

4. Minat

a) Unsur-unsur minat

Pengertian minat secara terminologis merujuk pada keinginan, kesukaan, dan keinginan untuk sesuatu; secara etimologis, minat adalah usaha dan keinginan untuk mempelajari dan mencari sesuatu. Minat atau intensi perilaku, juga dikenal sebagai intensi perilaku, menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan suatu langkah. Jika seseorang mencadangkan minat atau keinginan untuk melakukan suatu perilaku, mereka cenderung melakukannya. Minat adalah langkah yang bersifat volisional dan amat sanggup memprediksi perilaku seseorang. Karena minat sanggup berubah seiring berjalannya waktu, minat tetap dinamis. Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi minat, yaitu faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut (Sardiman, 2018):

1. Faktor Internal (*Intrinsik*) adalah keinginan atau kecenderungan yang berkaitan dengan aktivitas seseorang itu sendiri, yang berasal dari dalam diri masing-masing individu. Faktor internal adalah faktor yang mempengaruhi kepentingan internal individu dan disebabkan oleh kecenderungan seseorang terhadap sesuatu yang diinginkan atau disukainya. Beberapa hal yang memicu diantaranya:

a. Dorongan diri sendiri

Faktor ini mencakup motivasi intrinsik, seperti rasa ingin tahu, perhatian, dan kepuasan pribadi yang diperoleh dari aktivitas belajar. Individu yang memiliki motivasi tinggi cenderung memiliki minat yang lebih besar.

- b. Emosional
Perasaan atau keterkaitan terhadap suatu kegiatan dapat meningkatkan minat individu untuk terlibat lebih dalam.
 - c. Kecerdasan dan Kemampuan
Rasa mampu dalam menanggapi suatu hal cenderung lebih tertarik untuk mengeksplorasi dan mencari tahu lebih lanjut.
2. Faktor eksternal (*Ekstrinsik*) adalah kecenderungan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pengaruh orang lain atau tujuan serta harapan yang berbeda. Tindakan atau kondisi kepentingan ini dipengaruhi atau dipicu oleh faktor eksternal bisa berasal dari:
- a. Lingkungan
Dukungan dari lingkungan sangat penting dalam membentuk minat.
 - b. Metode
Cara yang digunakan dapat sangat mempengaruhi minat. Metode yang interaktif, menarik dan mudah dimengerti sangat mempengaruhi minat.
 - c. Teman
Interaksi dengan teman juga berpengaruh signifikan terhadap minat. Teman yang memiliki minat serupa dapat memotivasi individu untuk mengeksplorasi dan mengembangkan minat tersebut.
 - d. Fasilitas
Akses terhadap fasilitas yang baik dan nyaman akan meningkatkan suatu minat.
- b) Sifat dan Karakteristik Minat
- Minat adalah sifat yang cenderung stabil dalam diri seseorang dan memiliki dampak yang signifikan terhadap aktivitas seseorang karena ketika seseorang memiliki minat, mereka akan terdorong untuk melakukan hal-hal yang diminatinya, sementara ketika seseorang tidak memiliki minat, mereka tidak akan terdorong untuk melakukan sesuatu.

Minat mempunyai karakteristik:

1. Minat tumbuh dan perkembangan fisik dan mental.
2. Minat memerlukan kesiapan.

Perkembangan minat sangat bergantung pada kesempatan dan faktor yang dialami oleh individu.

5. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

a. Definisi UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah jenis usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha di beragam sektor ekonomi (Rosyda, 2024). UMKM bertindak untuk menciptakan lapangan kerja dan menyajikan layanan ekonomi yang luas bagi masyarakat. Selain itu, UMKM berperan dalam pemerataan pendapatan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan mendesak pertumbuhan ekonomi, serta berkontribusi pada pembangunan nasional. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mencadangkan potensi untuk menggerakkan aktivitas ekonomi masyarakat dan menjadi sumber pendapatan bagi banyak orang, sehingga sanggup meningkatkan taraf hidup. UMKM juga berkontribusi pada pemerataan pendapatan serta mendukung pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, dijelaskan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah “perusahaan kecil yang dimiliki dan dikendalikan oleh individu atau sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.”

Menurut undang-undang, usaha mikro kecil dan menengah adalah jenis kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil yang menggenapi kriteria kepemilikan dan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Bisnis kecil sanggup diklasifikasikan sebagai berikut (Hutagalung & Arif, 2023):

Pengembangan empat sektor ekonomi utama (*core business*) yang menjadi penggerak pembangunan mencakup agribisnis, industri manufaktur, pengembangan sumber daya manusia, dan bisnis kelautan. Tujuan dari pengembangan kawasan unggulan adalah untuk mempercepat pemulihan

ekonomi dengan pendekatan berbasis wilayah, yaitu dengan merujuk daerah yang sesuai untuk mendukung program prioritas serta mengembangkan sektor dan potensi yang ada. Fokus juga diberikan pada peningkatan pemberdayaan masyarakat. UMKM, yang mencorakkan singkatan dari usaha mikro, kecil, dan menengah, merujuk pada usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha berskala kecil. Berteraskan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), definisi UMKM adalah sebagai berikut:

1. Usaha mikro

Merupakan usaha ekonomi produktif milik individu yang memenuhi persyaratan usaha yang diatur oleh Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 24/1/PADG/2022, yang diubah dari Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/2019.

2. Usaha kecil

Merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan bagian dari anak perusahaan.

3. Usaha menengah

Merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar. Undang-undang mengatur jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

b. Kriteria UMKM

Kriteria UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan. Terdapat tiga kriteria yang telah dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja yaitu :

Tabel 2. 1 Kriteria UMKM Menurut UU No. 11 Tahun 2020

Kriteria Usaha	Aset	Omzet
Usaha Mikro	Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha	Maksimal memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
Usaha Kecil	Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha	Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah)
Usaha Menengah	Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha	Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

c. Jenis-jenis UMKM

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, mulai banyak bermunculan berbagai macam bisnis UMKM. Berikut adalah jenis usaha yang termasuk UMKM (Aryawati et al., 2022):

1. Usaha Kuliner

Usaha kuliner merupakan usaha yang paling banyak ada di Indonesia. Bisnis ini akan terus tumbuh karena usaha ini memenuhi kebutuhan pokok manusia. Bisnis ini juga paling banyak diminati oleh anak muda dikarenakan tidak membutuhkan modal yang cukup besar, dan dapat menjadi usaha yang menjanjikan dalam jangka panjang.

2. Usaha Fashion

Usaha fashion merupakan salah satu bisnis yang paling diminati semua kalangan karena mampu menghasilkan keuntungan yang berlipat ganda. Setiap tahun selalu ada tren fashion yang terbaru yang tentunya dapat meningkatkan pendapatan bagi para pelaku yang bergerak di bidang fashion.

3. Usaha Agribisnis

Usaha ini mencakup seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pertanian, mulai dari produksi hingga pemasaran. Agribisnis tidak hanya sebatas bertani, tetapi melibatkan berbagai aktivitas lainnya yang mendukung produksi dan distribusi produk pertanian. Usaha yang ditawarkan diantaranya sayur mayur, telur, hingga daging.

4. Usaha Teknologi

Perkembangan teknologi informasi membuka banyak peluang bagi masyarakat, dimana saat ini teknologi menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat, sehingga mendukung semua kebutuhan tersebut. Seperti halnya pengembangan aplikasi *mobile*, aplikasi web, jasa desain grafis, konsultasi teknologi, hingga *content creator*.

5. Usaha Produk Kreatif

Usaha produk kreatif memiliki nilai jual yang tinggi dikarenakan dibutuhkan kreativitas serta niat yang tinggi. Jenis produk kreatif yang sangat populer saat ini adalah produk kerajinan seperti pakaian, kain, aksesoris, hingga hiasan rumah.

6. Usaha Perjalanan Wisata

Bisnis perjalan wisata sangat potensial, terutama untuk Indonesia yang memiliki banyak daerah pariwisata. Bisnis ini mencakup layanan akomodasi seperti penginapan dan transportasi.

d. Kinerja dan Kontribusi UMKM

Menteri Koordinator Airlangga menyampaikan bahwa peran UMKM sangat besar dalam pemulihan ekonomi nasional, dan kontribusinya tidak hanya terbatas pada angka-angka statistik. UMKM merupakan pilar penting pembangunan ekonomi Indonesia, dan saat ini, terdapat sekitar 64,2 juta UMKM yang berkontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Dengan demikian, UMKM telah menjadi salah satu sumber utama pendapatan nasional, menunjukkan betapa signifikan peran mereka dalam memajukan ekonomi Indonesia.

Selain itu, dari sisi tenaga kerja, UMKM juga mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja di negara ini, atau sekitar 119,6 juta orang. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berkontribusi pada pendapatan nasional, tetapi juga berperan besar dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan menyerap sebagian besar tenaga kerja, UMKM membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat struktur sosial ekonomi nasional. Pengembangan UMKM juga sangat dipacu oleh pemerintah untuk meningkatkan daya saing dan partisipasi UMKM dalam *global value chain*. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto dalam acara “Digitalisasi Nusantara Expo & Summit 2022” mengatakan bahwa dengan menggunakan teknologi digital secara optimal dalam menjalankan bisnisnya, UMKM bisa memperoleh sejumlah manfaat. Antara lain, UMKM mampu menjangkau basis konsumen yang lebih besar, meningkatkan pendapatan, memudahkan monitoring aktivitas bisnis, serta meningkatkan efisiensi operasional (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).



Gambar 2. 4 Peran UMKM

Sumber : Kementerian Komunikasi dan Informasi tahun 2020

Pemerintah telah mengambil berbagai strategi untuk mendukung pengembangan UMKM. Menurut Koordinator Bidang Perkenomian, salah satu strategi yang efektif adalah melalui peningkatan akses pembiayaan. Pemerintah telah menyediakan berbagai jenis pembiayaan, mulai dari ultra mikro hingga usaha menengah. Salah satu bentuk dukungan pembiayaan untuk UMKM adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR), yang menawarkan bunga rendah dan persyaratan yang mudah dipenuhi. Selain itu, pembiayaan ultra mikro juga diberikan melalui pendanaan yang bersumber dari APBN dan dana bergulir, serta pembiayaan syariah yang disalurkan melalui Lembaga Keuangan Mikro (LKM).

Survei yang dilakukan OVO dan CORE Indonesia pada tahun 2021 menemukan bahwa fasilitas pembayaran digital atau e-wallet membantu 84% mitra UMKM selama pandemi. Selain itu, 70% dari mereka melaporkan peningkatan pendapatan harian setelah menggunakan layanan keuangan digital, 68% mengalami akses yang lebih luas ke layanan keuangan, 71% mencatat transaksi penjualan dengan lebih teratur, dan 51% merasa lebih memahami teknologi sebagai cara untuk mempertahankan bisnis mereka. Hal ini

menunjukkan bahwa digitalisasi sangat membantu program peningkatan inklusi keuangan, terutama untuk UMKM. Pemerintah, melalui Kementerian Koperasi dan UMKM, telah menetapkan beberapa target untuk pengembangan UMKM nasional, seperti mendaftarkan 24 juta UMKM pada tahun 2023 dan 30 juta pada tahun 2024, dan menciptakan 500 koperasi modern berbasis digital pada tahun 2024. Pada tahun yang sama, kontribusi ekspor UMKM meningkat 17% (Adhiputra, 2017). Di era teknologi digital, UMKM tidak hanya dituntut untuk beradaptasi dengan inovasi teknologi seperti transaksi elektronik, tetapi juga memanfaatkan digitalisasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Teknologi digital secara signifikan mengubah lanskap kewirausahaan, memungkinkan UMKM untuk mengadopsi sistem pembayaran digital yang memudahkan proses transaksi dan mengurangi biaya operasional (Banjarnahor, A, 2022)

Upaya untuk mencapai target ambisius ini tidak hanya bergantung pada kebijakan, tetapi juga pada kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi. Dalam era digital, penerapan teknologi seperti transaksi elektronik menjadi sangat penting dalam membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan mengurangi biaya operasional. Sejalan dengan ini, penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat membantu menjelaskan bagaimana UMKM mengadopsi teknologi digital, terutama dalam sistem pembayaran yang semakin memudahkan transaksi bisnis (Alkalah, 2016).

6. *Technology Acceptance Model*

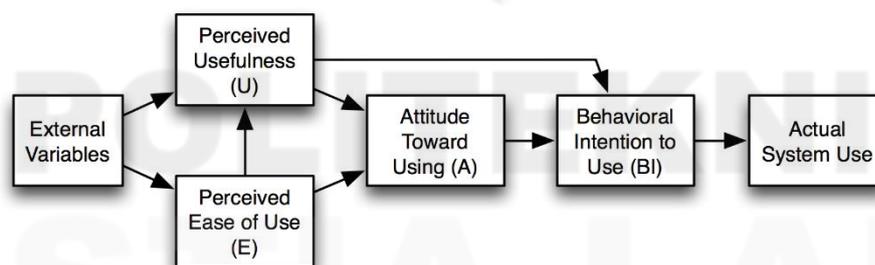
a. *Theory of Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang berkembang dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein dan diusulkan oleh Davis. TRA menjelaskan bahwa perilaku seseorang dilakukan berdasarkan kemauan atau niat individu untuk melakukan suatu kegiatan sesuai dengan keinginannya sendiri. *Technology Acceptance Model* yang merupakan kerangka kerja melihat bagaimana pengguna menerima teknologi. Fred Davis

mengembangkan teori ini dalam tesisnya yang berjudul "*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems*" pada tahun 1986. TAM menjelaskan bagaimana pengguna menggunakan teknologi informasi baru, seperti perangkat lunak atau sistem informasi manajemen. Variabel asli TAM mempertahankan dua variabel: persepsi manfaat (persepsi manfaat) dan persepsi kemudahan penggunaan. Kedua variabel ini akan menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat mempengaruhi keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi, terlepas dari apakah mereka berasal dari kelompok, orang yang dikenal, atau orang yang dianggap otoritas.

Dalam model TAM, tingkat penerimaan penggunaan teknologi informasi (TI) ditentukan oleh lima elemen utama, yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), niat untuk terus menggunakan (*behavioral intention to use*), dan penggunaan sistem yang sebenarnya (*actual system usage*). Model ini menjelaskan bahwa dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi adalah Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*), yang keduanya memiliki peran penting dalam proses tersebut. (Sugiharto, 2019).

Berikut merupakan model asli TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989).



Gambar 2.1 Model TAM

Sumber: Davis

Gambar sebelumnya menunjukkan hubungan antar konstruk dalam model TAM. Konstruk dengan variabel eksternal dianggap mencadangkan pengaruh langsung terhadap impresi kemudahan pendayagunaan dan impresi manfaat. Variabel eksternal yang berkaitan dengan karakteristik sistem sanggup meningkatkan minat pengguna terhadap teknologi. Secara umum, konstruk *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* mempengaruhi konstruk *attitude toward use*. Konstruk *perceived usefulness* mempengaruhi konstruk *attitude toward use*, yang pada gilirannya mempengaruhi konstruk *actual usage*. TAM berguna dalam beragam konteks pengembangan perangkat lunak dan sanggup membantu dalam beragam tahap, yaitu (Sugiharto, 2019):

1. Tahap analisis kebutuhan

Tahap ini, organisasi dapat menggunakan untuk memahami kebutuhan pengguna terhadap teknologi yang akan dikembangkan, untuk memastikan bahwa teknologi dapat diterima baik oleh pengguna.

2. Tahap perancangan

Dapat digunakan untuk merancang teknologi yang lebih mudah digunakan dan lebih bermanfaat bagi pengguna, dengan mempertimbangkan persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan.

3. Tahap pengujian

Digunakan untuk mengukur penerimaan teknologi oleh pengguna dengan mengukur variabel variabel pada pengguna, seperti niat pengguna dan perilaku pengguna, sehingga dapat memastikan bahwa teknologi yang dikembangkan akan diterima dengan baik oleh pengguna.

4. Tahap peluncuran dan penggunaan

Digunakan untuk memantau penerimaan teknologi oleh pengguna, sehingga organisasi dapat memperbaiki teknologi yang dikembangkan dan memastikan para pengguna dapat menerima dengan baik.

- b. Persepsi Manfaat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), manfaat diartikan sebagai kegunaan atau faedah. Menurut Davis (1989), persepsi manfaat (*perceived*

usefulness) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi manfaat ini dianggap sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. (Magdalena Sipayung et al., 2020). Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) diartikan sebagai keyakinan bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja individu dalam bekerja. Hal ini merujuk pada keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem informasi tertentu dapat meningkatkan produktivitas mereka.

Kemanfaatan dapat terbagi menjadi dua kategori, yaitu (Kurniawan et al., 2022):

1. *Usefulness* dengan estimasi satu faktor, yang meliputi dimensi:
 - a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*)
 - b. Bermanfaat (*usefull*)
 - c. Menambah produktivitas (*increase productivity*)
 - d. Mempertinggi efektivitas (*enhance effectiveness*)
 - e. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*)
2. *Usefulness* dengan estimasi dua faktor, yang meliputi dimensi:
 - a) Kemanfaatan
Yaitu menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), lebih bermanfaat (*usefull*) hingga menambah produktivitas (*increase productivity*)
 - b) Efektifitas, dengan mempertinggi efektivitas (*enhance effectiveness*) serta mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*)

c. Persepsi Kemudahan

Kemudahan penggunaan berasal dari kata "mudah," yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti tidak memerlukan banyak tenaga atau pikiran untuk melakukannya. Sementara itu, kata "kemudahan" dalam KBBI adalah kata sifat yang menunjukkan keadaan yang mudah. Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* adalah sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan teknologi akan mengurangi usaha yang diperlukan. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan atau belief yang

berkaitan dengan proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tersebut mudah digunakan, maka individu tersebut akan cenderung untuk menggunakannya.

Persepsi kemudahan adalah keyakinan bahwa sistem dapat digunakan dengan mudah tanpa melibatkan prosedur yang rumit bagi pengguna. Pengguna sistem informasi percaya bahwa ketika sistem mudah dipahami, dioperasikan, dan fleksibel, itu adalah bagian penting dari kemudahan penggunaan. Menurut Fusiler dan Durlabhji, ada beberapa faktor yang memengaruhi persepsi kemudahan, seperti ketika pengguna tidak mengalami kesulitan dalam menyelesaikan tugas mereka dengan teknologi (Ningsih et al., 2021). Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan bahwa penggunaan sistem teknologi informasi tidak memerlukan usaha yang besar dan tidak menimbulkan kesulitan.

Persepsi kemudahan penggunaan di definisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah dan tanpa kesulitan. Selain itu, tingkat interaksi dan keterlibatan pengguna dengan sistem dapat menentukan kemudahan penggunaan. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa menganggap teknologi informasi mudah digunakan akan mengurangi jumlah waktu dan upaya yang diperlukan untuk mempelajarinya. Perbandingan kemudahan ini menunjukkan bahwa menggunakan sistem baru lebih mudah bagi orang-orang dibandingkan dengan orang-orang yang menggunakan sistem lama. Pengguna menganggap teknologi informasi lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah dioperasikan (kompatibel) sebagai bagian dari kemudahan penggunaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kemudahan penggunaan teknologi informasi, antara lain (Nida, 2020):

1. Sistem sangat mudah dipelajari.
2. Sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.
3. Keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan sistem tersebut.
4. Sistem sangat mudah dioperasikan.

B. Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya

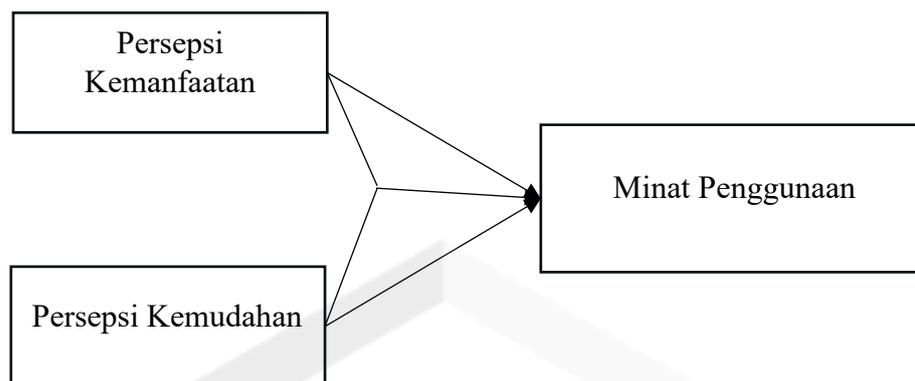
Menurut Sugiyono, definisi operasional variabel penelitian adalah pengukuran yang konkret atau operasional dari atribut, karakteristik, atau nilai suatu objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan pembelajaran dan pengambilan kesimpulan. Berikut adalah definisi operasional dari variabel tersebut:

Tabel 2. 2 Operasional Variabel dan Indikator

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kemanfaatan (X1)	<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Manfaat) merupakan seberapa besar seorang individu percaya jika menggunakan teknologi akan lepas dari usaha keadaan.	1. Mempercepat suatu pekerjaan 2. Membantu suatu pekerjaan 3. Mengefektivitaskan suatu pekerjaan (Perwitasari, 2022)
2.	Kemudahan (X2)	<i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan) merupakan seberapa besar seorang individu percaya jika menggunakan teknologi akan lepas dari usaha keadaan.	1. Mudah dipelajari 2. Jelas dan mudah dimengerti 3. Mudah digunakan (Perwitasari, 2022)
3.	Minat UMKM menggunakan <i>digital payment QRIS</i>	Minat (<i>behavior intenstion</i>) merupakan kemauan seseorang untuk melaksanakan perilaku,.	1. Niat untuk selalu menggunakan. 2. Prediksi untuk melanjutkan penggunaan. 3. Selalu mencoba untuk menggunakan. (Hanggono et al., 2015)

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah struktur yang menggambarkan proses penelitian yang dilakukan dalam studi ini. Melalui kerangka berpikir, dapat dipahami korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) (Sugiyono, 2019)



Sumber : Adaptasi Teori *Technology Acceptance Model* Fred Davis dalam (Perwitasari, 2022)

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ini berfungsi sebagai jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian dan mengindikasikan adanya hubungan atau perbedaan antara variabel-variabel yang diteliti. Hipotesis tersebut akan diuji secara empiris untuk melihat sejauh mana kebenarannya. Terdapat beberapa hipotesis yang akan diuji:

1. Hipotesis terkait dengan pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat pengguna
 H_0 = Persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan transaksi elektronik
 H_1 = Persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan transaksi elektronik.
2. Hipotesis terkait dengan pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat pengguna.

H_0 = Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan transaksi elektronik.

H_1 = Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan transaksi elektronik.

3. Hipotesis terkait dengan pengaruh simultan persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan pengguna terhadap minat pengguna.

H_0 = Persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan sesungguhnya tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan transaksi elektronik.

H_1 = Persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan sesungguhnya berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan transaksi elektronik.



POLITEKNIK
STIALAN
JAKARTA

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kuantitatif dengan kuesioner elektronik sebagai instrument penelitiannya. Metodologi penelitian sebagai metode ilmiah yang bersifat spesifik, objektif, terukur, rasional, serta terstruktur Sugiyono. Selain itu penelitian yang bersifat objektif yang melibatkan pengumpulan dan analisis data dan menggunakan metode pengujian statistik. Metode ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat serta membuktikan hipotesis yang telah diuji oleh peneliti.

Bentuk penelitian dalam metode penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif kausalitas. Penelitian ini dilihat berdasarkan hubungan terhadap variabel bebas dan terikat yang memiliki sebab akibat (Sugiyono, 2019). Oleh karena itu, hasil penelitian ini menggunakan hubungan sebab akibat yang terdapat 3 variabel, yaitu variabel bebas (X) adalah kemanfaatan (X1) dan kemudahan (X2) adalah Minat Penggunaan (Y1).

B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dan sampel merupakan objek penelitian yang akan diteliti oleh peneliti untuk memperoleh data akurat yang dapat diukur secara kuantitatif.

1. Populasi

Populasi merupakan kumpulan sampel yang digunakan oleh peneliti untuk mempelajari masalah yang akan diteliti. Sugiyono (2023) Populasi diartikan sebagai keseluruhan elemen yang menjadi area generalisasi. Elemen populasi mencakup semua subjek yang akan diukur dan menjadi unit penelitian. Dalam studi ini, populasi yang dimaksud adalah para pelaku UMKM yang menggunakan transaksi elektronik sebagai alternatif pembayaran untuk kegiatan sehari-hari.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari besaran karakteristik yang dimiliki populasi dan sampel yang diambil harus representative Sugiono. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik *nonprobability sampling* dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* adalah Teknik sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2023). Selanjutnya Sugiyono (2023) menjelaskan “*sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Teknik tersebut dipakai dalam penelitian ini karena peneliti memiliki karakteristik responden untuk dapat dijadikan sampel. Adapun karakteristik yang peneliti tetapkan sebagai sampel adalah sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM yang menggunakan transaksi elektronik sebagai alternatif pembayaran untuk kegiatan sehari-hari
2. Masih aktif hingga bulan Agustus 2024

Rumus yang peneliti gunakan dalam penarikan sampel yaitu menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

e : Presentasi kelonggaran ketidaktelitian yang masih dapat ditolerir dalam pengambilan sampel.

Dengan rumus Slovin di atas, diketahui bahwa ukuran sampel minimal yang dapat diambil sebesar 141 pelaku UMKM dari 217 populasi dengan tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 5%.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan melalui metode survei, yang bertujuan untuk memperoleh data yang relevan dan mendalam mengenai variabel yang diteliti

Survei

Pada penelitian kuantitatif, pengumpulan data dapat menggunakan sumber survei (data primer). Data primer adalah sumber data memberikan data secara langsung dari sumbernya kepada peneliti. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner menurut (Sugiyono, 2019), Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Kuesioner disebarkan dalam bentuk daftar pertanyaan yang merujuk pada teori-teori yang berkaitan dengan indikator persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan minat penggunaan. Beberapa pernyataan dalam kuesioner dibuat oleh peneliti, sementara yang lainnya diambil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Peneliti menggunakan skala *Likert* untuk mengukur instrumen dari variabel yang diteliti (Sugiyono, 2023) menjelaskan bahwa skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Variabel yang diukur dalam skala *Likert* diuraikan menjadi sebuah indikator berupa susunan butir-butir pertanyaan.

D. Instrumen Kuesioner

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarkan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pandangan individu atau kelompok. Instrumen penelitian yang menerapkan kuesioner diuraikan menjadi indikator variabel, yang kemudian dijadikan dasar dalam menyusun item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan. Setiap instrumen menyediakan pilihan jawaban yang berkisar dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Berikut adalah penjelasan secara komprehensifnya sebagai berikut:

Tabel 2. 3 Instrumen Penelitian (Kuesioner)

Instrumen Penelitian (Kuesioner)	Penilaian
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji Validitas

ialah pengukuran untuk menilai sejauh mana suatu instrumen dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Validitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen tersebut efektif dalam mengukur variabel yang ditargetkan, sedangkan instrumen dengan validitas rendah kurang efektif dalam mengukur variabel tersebut. Dinyatakan bahwa validitas dapat diuji dengan mengkorelasikan skor setiap indikator dengan total skor variabel indikator. Hasil korelasi kemudian dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 0,05.

- a. Pengukuran dianggap valid jika secara signifikan mengukur tujuan yang dimaksud dengan akurat. Kriteria pengujian validitas, antara lain:a. Dinyatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{table}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) dengan instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total.
- b. Dinyatakan tidak valid, jika $r_{hitung} < r_{table}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) dengan instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas (30 Responden)

Variabel	Kode Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	X1.1	0,676	0,312	Valid
	X1.2	0,871	0,312	Valid
	X1.3	0,821	0,312	Valid
	X1.4	0,757	0,312	Valid
	X1.5	0,688	0,312	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0,781	0,312	Valid
	X2.2	0,813	0,312	Valid
	X2.3	0,709	0,312	Valid
	X2.4	0,687	0,312	Valid
Minat Penggunaan (Y)	Y.1	0,618	0,312	Valid
	Y.2	0,804	0,312	Valid
	Y.3	0,861	0,312	Valid

Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, meunjukkan bahwa hasil uji validitas dari masing masing variabel variabel dengan jumlah 12 pertanyaan dapat dikatakan bahwa pertanyaan variabel tersebut memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ Karena jumlah responden adalah 141 responden, maka penggunaan r_{tabel} pada uji validitas sebesar 0,312 dan seluruh r_{hitung} yang diperoleh hasilnya dalam pengelolaan data menggunakan SPSS 23 nilai yang diperoleh lebih besar dan data responden yang didapatkan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, peneliti melakukan uji reliabilitas. (Agung & Anik, 2019) menjelaskan reliabilitas adalah tingkat presisi, kecermatan, atau keakuratan sebuah instrumen. Maka dari itu, reliabilitas digunakan untuk mengetahui suatu instrumen dapat konsisten atau tidak memberikan hasil

ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur. Uji reliabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan metode *Cornbach Alpha*. Suatu variabel instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Oleh karena itu, apabila nilai alpha mendekati satu maka nilai reliabilitas datanyasemakin terpecaya. Terdapat rumus *Cronbach Alpha* untuk menguji reliabilitas, yaitu:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum\sigma b^2}{\sigma t^2}\right)$$

Keterangan :

α : Koefisien *Cronbach Alpha*

k : Jumlah butir pertanyaan/pernyataan

$\sum\sigma b^2$: Jumlah varian butir

σt^2 : Jumlah varian total

Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas (30 Responden)

Variabel	<i>N of Item</i>	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	5	0,844	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	4	0,721	Reliabel
Minat Penggunaan (Y)	3	0,635	Reliabel

Diolah oleh peneliti, 2024

Variabel dikatakan sebagai data yang reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* didapatkan lebih besar dari 0,60. Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,844; 0,721, dan 0,635. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut dikatakan sebagai data yang reliabel karena nilai *Alpha Cronbach* masing-masing melebihi batas 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dan dapat diandalkan dalam analisis statistik.

F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Sugiyono (2019) mengungkapkan bahwa statistik merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini, analisis data yang akan digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif melibatkan pengelolaan data yang diperoleh dari perusahaan, yang kemudian dilakukan analisis untuk pemecahan masalah yang ada dengan menggunakan teori, sehingga ada kesimpulan temuan dari analisis tersebut. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan mengungkapkan hasil dalam bentuk angka dan menggunakan metode standar, didukung oleh perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) Versi 23. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif untuk menjawab rumusan masalah mengenai hubungan antara persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan. Teknik analisis data pada penelitian ini terdiri dari uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

a. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, perlu dilakukan uji prasyarat analisis atau uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau linear dan memastikan ketepatan persamaan regresi dalam perkiraan, tidak subjektif, dan konsisten. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang dilakukan peneliti adalah dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Widana & Muliani, 2020).

1.) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel pengganggu terdistribusi normal. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tes Monte Carlo dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23 dengan pedoman pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Data terdistribusi normal, jika nilai sig > 0,05.
- b) Data terdistribusi tidak normal, jika nilai sig < 0,05.

2.) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel variabel bebas dalam suatu penelitian memiliki komponen yang sama. Uji multikolinieritas ditentukan berdasarkan nilai *tolerance* dan nilai *VIF* (*variance inflation factor*). Variabel-variabel bebas tidak memiliki multikolinieritas apabila nilai *VIF* tidak lebih dari sepuluh dan nilai *tolerance* $> 0,10$. Jika nilai *VIF* lebih dari sepuluh dan nilai *tolerance* $< 0,10$, maka terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji (Widana & Muliani, 2020).

3.) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi kesamaan atau bias pada *variance* dari satu pengamatan yang lain dalam suatu analisis model regresi (Widana & Muliani, 2020) menyatakan terdapat dua cara untuk mengetahui adanya gejala heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik *scatterplot* dan melihat nilai prediksi pada variabel terikat (SRESID) dengan residual error (ZPRED). Terdapat pedoman pengambilan keputusan untuk mengetahui terjadinya atau tidak uji heteroskedastisitas, sebagai berikut:

- a. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar di atas maupun di bawah angka nol sumbu y, maka dapat dipastikan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.
- b. Jika terdapat pola tertentu dan titik membentuk pola tertentu yang teratur, maka dipastikan telah terjadi heteroskedastisitas.

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menjawab hipotesis pada rumusan masalah dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji T (Parsial), Uji F (Simultan), Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji Analisis Regresi Berganda.

1.) Uji T (Parsial)

Uji signifikansi parsial T bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara membandingkan nilai Thitung dengan Ttabel apakah memilikipengaruh yang signifikan atau dengan variabel dependen. Menghitung signifikansi T dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi

n : Jumlah responden

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- a. Apabila $\text{sig} < 0,5$ atau $\text{Thitung} < \text{Ttabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
- b. Apabila $\text{sig} > 0,5$ atau $\text{Thitung} > \text{Ttabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikansi terhadap minat penggunaan

2.) Uji F (Simultan)

Uji signifikansi simultan F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian uji F dilaksanakan dengan cara membandingkan dari nilai Fhitung dengan Ftabel menggunakan derajat kesalahan atau level signifikansi 0,05. Menurut Sugiyono (2023), terdapat rumus untuk menghitung uji F adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r^2/k}{(1-R^2) - (n-k-1)}$$

Keterangan :

r^2 : Koefisien Determinasi

k : Jumlah Variabel Independen

n : Jumlah Sampel

Terdapat kriteria pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

3.) Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinan berkisar di antara nol sampai dengan satu. Nilai koefisien determinan (R^2) yang semakin mendekati nol berarti kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya, semakin mendekati satu maka semakin kuat hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut terdapat rumus untuk mengetahui koefisien determinasi, yaitu sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien determinasi

R^2 : Koefisien korelasai variabel dependen dan independent

4.) Uji Analisis Regresi Berganda

Model regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dari variabel independen, yaitu persepsi kemudahan (X1), persepsi kebermanfaatan (X2) terhadap variabel dependen, yaitu minat penggunaan (Y). Adapun rumus persamaan regresi linear berganda yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

α : Bilangan konstanta b_1, b_2 : Koefisien regresi

X1 : Persepsi Kemanfaatan

X2 : Persepsi Kemudahan



POLITEKNIK
STIALAN
JAKARTA

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Sejarah Pasar Cibinong

Pasar Cibinong merupakan pasar tradisional yang terletak di Jl. Mayor Oking Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Pasar Cibinong telah mengalami revitalisasi yang signifikan pada tahun 2014, di mana pemerintah daerah bekerja sama dengan pihak swasta untuk memperbarui fasilitas dan penampilannya. Pasar ini memiliki luas tanah sekitar 8.010 m² dan luas bangunan mencapai 12.000 m², dengan 993 kios dan 488 los yang menyediakan berbagai jenis barang. Pengunjung dapat menemukan aneka masakan, sayuran, buah-buahan, pakaian, perhiasan, serta kebutuhan sehari-hari dan acara tertentu.

Dari segi ekonomi, Pasar Cibinong memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian daerah. Pasar ini tidak hanya menjadi tempat pertemuan antara produsen dan konsumen, tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal, mulai dari pedagang, kuli angkut, hingga tenaga keamanan. Hal ini menjadi salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut. Selain itu, Pasar Cibinong juga merupakan pelopor pertama dalam penggunaan transaksi elektronik sebagai alternatif pembayaran tunai.

Pasar Cibinong memperkenalkan sistem transaksi elektronik yang menjadikannya contoh modernitas di antara pasar rakyat lainnya. Implementasi sistem transaksi elektronik di pasar ini sangat komprehensif, meliputi berbagai jenis transaksi elektronik seperti *QRIS*, dompet digital, kartu perbankan, *mobile banking*, *virtual account*, dan lainnya. Hal ini tidak hanya mempermudah proses jual beli bagi pedagang dan konsumen, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan transparansi transaksi, menjadikan Pasar

Cibinong sebagai pionir dalam adopsi teknologi di sektor pasar tradisional di Kabupaten Bogor.

2. Motto, Visi, dan Misi

a. Motto Pasar Cibinong

“Mari Belanja di Pasar Rakyat”

b. Visi dan Misi Pasar Cibinong

1.) Visi

Menjadikan pasar tradisional yang modern sebagai sarana unggulan dalam penggerak perekonomian daerah Kabupaten Bogor.

2.) Misi

Terwujudnya pengelolaan pasar tradisional yang modern dan profesional dengan pelayanan prima terhadap masyarakat dengan cara meningkatkan sarana dan prasarana pasar serta terpenuhi kebutuhan barang dan jasa yang lengkap, murah, dan bersaing.

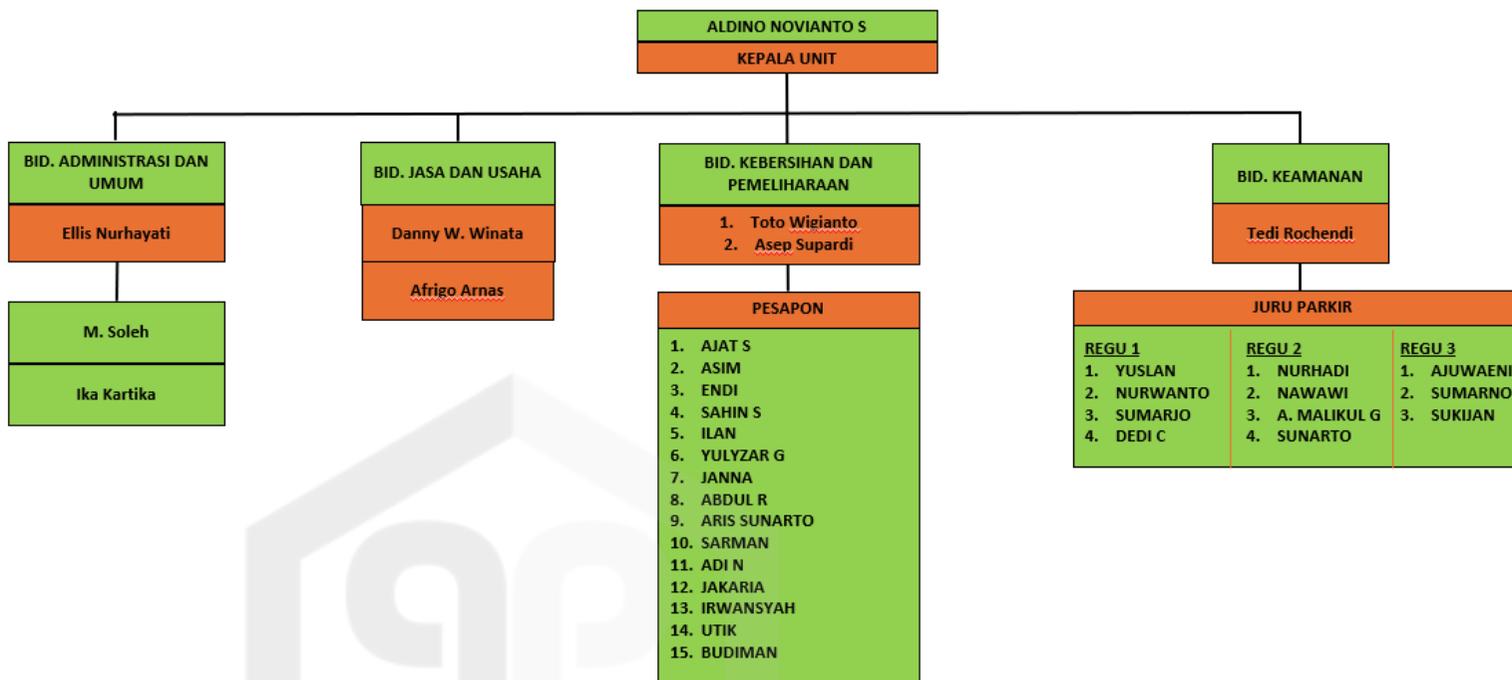
3. Struktur Organisasi, Tugas Pokok, dan Fungsi

a. Struktur Organisasi

Struktur organisasi berfungsi untuk menentukan bagaimana tugas-tugas dibagi dan dikelompokkan secara formal. Di dalam struktur ini, terdapat hubungan antar berbagai komponen dan posisi, di mana setiap komponen saling mempengaruhi. Akibatnya, semua elemen dalam struktur organisasi tersebut menjadi saling bergantung satu sama lain.. Menurut peraturan daerah nomor 6 Tahun 2020, Perumda Pasar Tohaga memiliki beberapa direksi yaitu: Direktur Utama, Dewan Pengawas, Staf Ahli, Direktur Umum, Direktur Operasional, Satuan Pengawas Intern, Unit Pasar Rakyat



STRUKTUR ORGANISASI UNIT PASAR CIBINONG PERUSAHAAN DAERAH PASAR TOHAGA – KABUPATEN BOGOR



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Unit Pasar Cibinong

Sumber: PERDIR PERUMDA TOHAGA NO.1 Tahun 2021

b. Tugas Pokok dan Fungsi

Tugas pokok dan fungsi Perusahaan Umum Daerah Pasar Tohaga Kabupaten Bogor adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan Pasar

Merencanakan, membangun, memelihara, dan mengawasi bangunan pasar, hingga menata dan mengelola pasar beserta fasilitasnya.

2. Pelayanan Umum dan Pembangunan Pasar

Melaksanakan pelayanan umum dan pembangunan pasar dalam pengelolaan pasar, serta membina para pedagang pasar serta ikut membantu menciptakan stabilitas harga dan kelancaran distribusi barang dan jasa di pasar.

3. Pengawasan dan Pembinaan

Melakukan pengawasan, pengendalian, dan pembinaan terhadap pasar.

4. Koordinasi dan Dokumentasi

Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas Perangkat Daerah di bidang protokol, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi.

5. Pemantauan dan Evaluasi

Melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan daerah di bidang protokol, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi.

6. Laporan dan Monitoring

Melaksanakan monitoring, evaluasi, dan penyusunan laporan kegiatan.

Tugas-tugas yang diemban oleh Perusahaan Daerah Pasar Tohaga ini memiliki tujuan yang jelas dan terarah, yaitu untuk mewujudkan serta meningkatkan pelayanan umum yang berkualitas dalam rangka memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana yang diperlukan di seluruh unit pasar yang tersebar di wilayah Kabupaten Bogor. Hal ini ditujukan tidak hanya untuk kepentingan para pedagang yang beroperasi di pasar-pasar tersebut, tetapi juga untuk memberikan kenyamanan dan

kemudahan bagi para pembeli yang datang bertransaksi, seperti halnya mulai memberikan wadah untuk terciptanya transaksi elektronik sebagai pembayaran alternatif lainnya. Dengan demikian, Perusahaan Daerah Pasar Tohaga berkomitmen untuk meningkatkan kualitas pelayanan di setiap pasar, sehingga masyarakat dapat menikmati lingkungan yang nyaman dan aman saat melakukan aktivitas belanja, serta memfasilitasi kelancaran distribusi barang dan jasa di pasar. Selain itu, perusahaan juga berfokus pada pembangunan dan perawatan infrastruktur pasar, serta membina pedagang untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, pelayanan umum yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Pasar Tohaga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memajukan perekonomian daerah Kabupaten Bogor secara keseluruhan.

4. Data Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah memenuhi karakteristik tertentu, yaitu mereka adalah pengguna aktif transaksi elektronik yang menggunakan transaksi elektronik sebagai salah satu metode pembayaran dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Untuk menentukan jumlah responden yang representatif, penelitian ini menggunakan metode *Slovin*, di mana peneliti menerapkan standar error sebesar 5%. Dengan populasi sebanyak 217 UMKM, hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak 141 UMKM, yang diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai perilaku dan preferensi mereka terhadap penggunaan transaksi elektronik sebagai salah satu alternatif pembayaran.

Dengan total penelitian sebanyak 141 UMKM, diidentifikasi menjadi 2 lokasi berdagang, dengan jumlah 51 pedagang berada di area LBS

atau diartikan sebagai Los Basah dan 70 pedagang lainnya berada di area LD (Lantai Dasar) atau kios.

B. Pembahasan

1. Uji Validitas & Reliabilitas

a. Uji Validitas

Setelah dilakukan uji validitas, peneliti mendapatkan hasil pada variabel Persepsi Kebermanfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Minat Penggunaan (Y). Berikut adalah hasil uji validitas dari masing masing variabel tersebut :

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	X1.1	0,724	0,165	Valid
	X1.2	0,790	0,165	Valid
	X1.3	0,784	0,165	Valid
	X1.4	0,807	0,165	Valid
	X1.5	0,709	0,165	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0,751	0,165	Valid
	X2.2	0,762	0,165	Valid
	X2.3	0,784	0,165	Valid
	X2.4	0,718	0,165	Valid
Minat Penggunaan (Y)	Y.1	0,676	0,165	Valid
	Y.2	0,841	0,165	Valid
	Y.3	0,816	0,165	Valid

Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, meunjukkan bahwa hasil uji validitas dari masing masing variabel dengan jumlah 13 pertanyaan dapat dikatakan

bahwa pertanyaan variabel tersebut memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ Karena jumlah responden adalah 141 responden, maka penggunaan r_{tabel} pada uji validitas sebesar 0,165 dan seluruh r_{hitung} yang diperoleh hasilnya dalam pengelolaan data menggunakan SPSS 23 nilai yang diperoleh lebih besar dan data responden yang didapatkan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Peneliti melakukan uji reliabilitas pada ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari ketiga variabel tersebut:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>N of Item</i>	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	5	0,827	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	4	0,737	Reliabel
Minat Penggunaan (Y)	3	0,670	Reliabel

Diolah oleh peneliti, 2024

Variabel dikatakan sebagai data yang reliabel jika nilai Alpha Cronbach didapatkan lebih besar dari 0,60. Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai Alpha Cronbach sebesar 0,827; 0,737, dan 0,670. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut dikatakan sebagai data yang reliabel karena nilai Alpha Cronbach masing-masing melebihi batas 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dan dapat diandalkan dalam analisis statistik.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan model regresi dengan data yang normal. Jika nilai sig > 0,05 maka data terdistribusi dengan normal. Begitu sebaliknya, jika nilai sig < 0,05 maka dinyatakan bahwa data terdistribusi dengan tidak normal. Berikut adalah hasil dari uji normalitas yang dilakukan peneliti:

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		141
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03675060
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.030
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
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.

Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, diperoleh bahwa nilai Asymp.Sig sebesar 0,200. Dimana nilai tersebut dapat dinyatakan terdistribusi dengan normal karena nilai sig > 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Penggunaan uji multikolinearitas merupakan salah satu syarat penting untuk melakukan uji hipotesis regresi, karena hal ini dapat memastikan

bahwa variabel independen tidak saling berinteraksi secara signifikan yang dapat mempengaruhi akurasi model regresi. Uji multikolinearitas dapat dideteksi dengan menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel bebas untuk mengetahui standar estimasi model penelitian. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas yang dilakukan oleh peneliti, yang menunjukkan bahwa tidak ada ketergantungan yang signifikan antar variabel independen, sehingga model regresi yang digunakan dapat dianggap aman untuk digunakan dalam analisis lanjutan:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.693	.923		5.082	.000		
	Persepsi Kemanfaatan	.183	.043	.343	4.306	.000	.833	1.200
	Persepsi Kemudahan	.203	.059	.276	3.470	.001	.833	1.200

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, diperoleh nilai VIF untuk variabel independen lebih kecil dari 10 dengan perolahan nilai sebesar 1,200. Sementara nilai *tolerance* yang didapatkan lebih dari 0,10 yaitu sebesar 0,833. Karena nilai VIF dan *tolerance* yang sesuai dengan kriteria, maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas terhadap data yang diuji.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika terdapat *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain sama, maka fenomena tersebut dianggap bahwa adanya homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah adanya gejala

heterosdastisitas, dimana peneliti menggunakan gambar scatterplots untuk mengetahui fenomena tersebut. Untuk mendeteksi gejala ini, peneliti sering menggunakan scatterplot sebagai alat visualisasi; dalam *scatterplot* tersebut, pola residual yang tersebar secara merata di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa terkonsentrasi pada satu titik tertentu menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika pola residual menunjukkan kecenderungan tertentu atau mengumpul pada area tertentu, maka ini menandakan adanya masalah heteroskedastisitas yang perlu ditangani.



Gambar 4. 1 Grafik Scatterplots Uji Heteroskedastisitas

Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan gambar 4.3 diatas, terlihat bahwa titik-titik pada grafik tersebut menyebar acak di atas dan dibawah atau menyebar di sekitar angka 0 dan tidak mengumpul di atas atau di bawah saja. Penyebaran titik tersebut juga tidak membentuk pola, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk memprediksi minat penggunaan transaksi elektronik.

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari satu variabel independen (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Langkah pertama yang dilakukan adalah menentukan formula dari H0 dan Ha dari masing-masing variabel untuk mengetahui kesimpulan yang akan diambil berdasarkan hasil perhitungan variabel tersebut. Selanjutnya adalah membandingkan thitung dengan ttabel, sehingga suatu variabel dianggap berpengaruh secara parsial dari variabel dengan menggunakan rumus mencari ttabel sebagai berikut:

$$t_{\text{tabel}} = (a/2 ; n - k - 1 \text{ atau df residual})$$

Keterangan:

a = nilai signifikansi *alpha* (5% atau 0,05)

n = jumlah responden

k = jumlah variabel penelitian

t_{tabel} = jumlah variabel penelitian

Maka, t_{tabel} yang digunakan untuk nilai *alpha* 5% dan derajat bebas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Tabel Distribusi T

Nilai Df	0,025
136	1,97756
137	1,97743
138	1,97730

Sumber: (Junaidi, 2010)

Dengan nilai tabel distribusi-T 1,97743, terdapat beberapa kriteria dari pengambilan keputusan uji-T yang terdiri dari:

- c. Apabila $\text{sig} < 0,5$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
- d. Apabila $\text{sig} > 0,5$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikansi terhadap minat penggunaan.

Peneliti melakukan pengujian uji-T melalui SPSS 23 dan berikut adalah hasil dari pengolahan uji-T:

Tabel 4. 6 Hasil Uji-T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.693	.923		5.082	.000
	Persepsi Kemanfaatan	.183	.043	.343	4.306	.000
	Persepsi Kemudahan	.203	.059	.276	3.470	.001

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Variabel Persepsi Kemanfaatan menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai $(4,306) > (1,97743)$ dengan keterangan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan yang diambil berdasarkan pada H_0 ditolak dan H_a .
- b) Variabel Persepsi Kemudahan menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai $(3,470) > (1,97743)$ dengan keterangan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan yang diambil berdasarkan pada H_0 ditolak dan H_a .

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan seluruh variabel independen (X) yang dimasukkan pada model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Y) untuk mengambil keputusan H_0 dan H_a diterima atau ditolak dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

$$Df = n - k - 1$$

Keterangan:

n = jumlah responden

k = jumlah variabel penelitian

Maka penerapannya adalah:

$$\begin{aligned} Df &= 141 - 3 - 1 \\ &= 137 \end{aligned}$$

Tabel 4. 7 Distribusi Tabel F

Nilai Df	0,05
136	3,060
137	3,060
138	3,060

Sumber: (Junaidi, 2010)

Pengujian uji F dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan tabel ANOVA (*Analysis of Variance*) dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu:

- 1) Jika sig. > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika sig. < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4. 8 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.960	2	27.980	25.660	.000 ^b
	Residual	150.479	138	1.090		
	Total	206.440	140			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan

Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut, nilai F_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari F_{tabel} ($25,660 > (3,060)$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hipotesis tersebut memenuhi kriteria dengan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima yang dapat dikatakan bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan secara bersama sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Penggunaan di UMKM Pasar Cibinong.

c. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Penggunaan uji Koefisien Determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model penelitian dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y) dengan kriteria:

- 1) Jika R^2 semakin besar, maka persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) semakin tinggi.

- 2) Jika R^2 semakin kecil, maka persentase perubahan variabel dependen (Y) disebabkan oleh variabel independen (X) semakin rendah.

Analisis koefisien determinasi R^2 menjadi alat yang sangat berguna dalam mengevaluasi kekuatan dan efektivitas model penelitian dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti

Tabel 4. 9 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 ^a	.271	.261	1.044

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan

Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.9 tersebut, diketahui nilai *R Square* (R^2) adalah 0,261. Nilai R^2 sebesar 0,271 mengindikasikan bahwa sekitar **27,1%** variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam model. Ini menunjukkan bahwa model ini memiliki kemampuan yang cukup terbatas dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Sebagian besar variasi (72,9%) masih dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini. Nilai Adjusted R^2 yang sedikit lebih rendah dari R^2 (0,261) menunjukkan bahwa setelah mempertimbangkan jumlah variabel independen dalam model, kontribusi mereka terhadap penjelasan variasi variabel dependen sedikit berkurang. Ini adalah indikasi bahwa penambahan variabel independen mungkin tidak memberikan peningkatan signifikan dalam daya prediksi model. Standar Error of the Estimate sebesar 1,044 memberikan gambaran tentang seberapa jauh nilai prediksi dari model dapat bervariasi dari nilai aktualnya. Dalam hal ini, nilai

1,044 menunjukkan bahwa ada variasi yang cukup signifikan antara prediksi model dan data aktual. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun terdapat hubungan positif antara variabel independen dan dependen, model ini hanya mampu menjelaskan sebagian kecil dari variasi yang terjadi pada variabel dependen.

4. Uji Analisis Regresi Berganda

Digunakan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent.

Tabel 4. 10 Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.693	.923		5.082	.000
	Persepsi Kemanfaatan	.183	.043	.343	4.306	.000
	Persepsi Kemudahan	.203	.059	.276	3.470	.001

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Diolah oleh peneliti, 2024

Hasil dari tabel tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4,693 + 0,183 X_1 + 0,203 X_2$$

Keterangan:

Y : Minat Penggunaan

α : Bilangan konstanta b_1, b_2 : Koefisien regresi

X₁ : Persepsi Kemanfaatan

X₂ : Persepsi Kemudahan

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Nilai konstanta dari variabel Y adalah 4,693 yang menyatakan bahwa jika variabel Persepsi Kemanfaatan (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) konstan atau tidak berubah, maka Minat Penggunaan (Y) sebesar 4,693.
- b. Variabel Persepsi Kemanfaatan (X1) mempengaruhi Minat Penggunaan sebesar 0,183 yang artinya adalah jika variabel Persepsi Kemanfaatan (X1) mengalami peningkatan, maka minat penggunaan akan meningkat sebesar 0,183. Sebaliknya, jika variabel Persepsi Kemanfaatan (X1) mengalami penurunan maka Persepsi Kemudahan akan menurun.
- c. Variabel Persepsi Kemudahan (X2) mempengaruhi Minat Penggunaan sebesar 0,203 yang artinya adalah jika variabel Persepsi Kemudahan (X2) mengalami peningkatan sebesar 0,203 maka Minat Penggunaan akan meningkat sebesar 0,203. Sebaliknya, jika variabel Persepsi Kemudahan (X2) mengalami penurunan maka penerimaan Minat Penggunaan akan menurun dengan jumlah yang sama.

5. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Teknologi sangat berperan dalam mengefisiensikan segala sesuatu yang dilakukan termasuk dalam hal pembayaran. Pada era digital saat ini, sistem pembayaran berbasis teknologi sangat beragam dan merambah kepada seluruh kalangan masyarakat. Diharapkan dengan adanya transaksi elektronik ini dapat menjadikan suatu transaksi pembayaran menjadi efisien karena banyak sekali jenis atau pilihan untuk melakukan pembayaran.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan analisis deskriptif kuantitatif untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (X1) dan persepsi kemudahan (X2), terhadap minat penggunaan transaksi elektronik (Y). Peneliti mengambil sampel penelitian pada pelaku UMKM di Pasar Cibinong yang memenuhi kriteria dengan total 141 responden. Dari

kuesioner juga diketahui bahwa semua responden adalah para pelaku yang menggunakan transaksi elektronik sebagai alternatif pembayaran. Dalam hal ini dilakukan analisis yang bertujuan untuk menggambarkan bagaimana kedua persepsi tersebut dapat memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan transaksi elektronik.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yaitu Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan serta satu variabel terikat yaitu Minat Penggunaan Transaksi Elektronik. Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan, maka dapat dideskripsikan hasil penelitian sebagai berikut:

a. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Penggunaan Transaksi Elektronik

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh variabel Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Penggunaan Transaksi Elektronik. Dapat dilihat dari uji T bahwa variabel ini memperoleh nilai thitung sebesar (4,306) > (1,97743) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Ke manfaatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Transaksi Elektronik. Artinya jika variabel Persepsi Kemanfaatan mengalami peningkatan maka variabel Minat Penggunaan Transaksi Elektronik juga mengalami peningkatan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Perwitasari pada tahun 2022 bahwa persepsi kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan mempengaruhi perilaku niat untuk menggunakan layanan teknologi keuangan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Arianto menyampaikan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap, dan kepercayaan merupakan faktor yang memengaruhi minat serta berdampak pada perilaku penggunaan internet banking untuk kegiatan transaksi pembayaran.

b. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Penggunaan Transaksi Elektronik

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh variabel Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Transaksi Elektronik. Dapat dilihat dari uji t bahwa variabel ini memperoleh nilai t hitung sebesar (3,470) > (1,977) dan nilai signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan transaksi elektronik. Asrtiny ajika variabel persepsi kemudahan mengalami peningkatan maka variabel transaksi elektronik juga mengalami peningkatan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Adhiputra, 2017) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif secara signifikan. Yang berarti bahwa semakin baik persepsi nasabah mengenai kemudahan, maka semakin tinggi pula tingkat adopsi mereka terhadap transaksi elektronik.

c. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Transaksi Elektronik (Studi Kasus: UMKM di Pasar Cibinong)

Hasil penelitian ini juga membuktikan variabel Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan secara simultan memiliki pengaruh terhadap Minat Penggunaan Transaksi Elektronik. Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari F_{tabel} ($25,660 > (3,108)$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Transaksi Elektronik secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan. Selain itu dari hasil uji determinasi diketahui nilai nilai koefisien determinasi pada kolom $Rsquare$ sebesar 0,271 artinya variabel Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh sebesar 27% terhadap minat penggunaan transaksi elektronik.

C. Sintesis Pemecahan Masalah

Sintesis pemecahan masalah yang dilakukan pada fenomena permasalahan terkait minat penggunaan transaksi elektronik didasarkan pada indikator-indikator yang telah ditentukan, yaitu persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hal ini, peneliti merancang serangkaian pertanyaan yang akan dibagikan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di Pasar Cibinong. Pertanyaan-pertanyaan tersebut digunakan untuk menggali pandangan dan pengalaman mereka dalam menggunakan transaksi elektronik, serta untuk mengevaluasi sejauh mana persepsi mereka terhadap manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi finansial dalam mendukung kegiatan bisnis mereka sehari-hari.

Pada pertanyaan variabel Persepsi Kemanfaatan sebagai X1, diperoleh mayoritas responden menjawab bahwa layanan teknologi yang digunakan sebagai salah satu alternatif pembayaran non tunai menyatakan sangat bermanfaat pada kegiatan bisnis mereka sehari-hari. Pemerolehan hasil hipotesis yang disajikan juga terpenuhi sesuai dengan rumusan masalah yang disusun. Hal yang dapat dilakukan oleh pihak instansi yaitu Perumda Pasar Tohaga dalam menanggapi minat penggunaan transaksi elektronik ini yaitu terus mendukung, menjadi wadah untuk para pelaku UMKM di Pasar Cibinong agar dapat lebih optimal.

Selanjutnya adalah pada variabel Persepsi Kemudahan sebagai X2, diperoleh nilai rata-rata yang menilai bahwa kemudahan dalam mengaplikasikan transaksi elektronik untuk alternatif lain pembayaran dapat diterima dengan baik, namun terdapat sedikit responden yang masih beranggapan bahwa dalam mengaplikasikan transaksi elektronik belum cukup mudah. Hal ini tercermin dari sebagian besar responden yang menganggap bahwa layanan teknologi keuangan yang digunakan mudah dipahami dan dimengerti, dengan akses yang mudah serta tampilan aplikasi yang

dilengkapi petunjuk yang jelas. Meskipun ada sedikit responden yang merasa aplikasi transaksi elektronik belum sepenuhnya mudah, namun secara keseluruhan, persepsi terhadap kemudahan penggunaan cukup positif.

Variabel terakhir, yaitu Minat Penggunaan (Y), menunjukkan hasil yang sangat positif, di mana mayoritas responden sangat setuju dan menilai bahwa kemudahan serta manfaat dari adopsi transaksi elektronik sebagai alternatif pembayaran untuk kegiatan sehari-hari sangat signifikan. Hal ini mencerminkan antusiasme yang tinggi dan kesiapan masyarakat untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang juga menyoroti peran penting persepsi manfaat dan kemudahan dalam mendorong minat penggunaan transaksi elektronik. Peneliti lain yang telah mengkaji berbagai jurnal terkait memuat pembahasan terkait dengan faktor yang mempengaruhi minat penggunaan transaksi elektronik dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Seperti pada penemuan yang dilakukan oleh (Siregar, 2020) dengan judul *Analysis of Factor Affecting the Interest of Using Electronic Money with TAM method* bahwa faktor faktor seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Lebih lanjut, studi ini diperkuat oleh temuan dari beberapa peneliti yang dilakukan oleh (Desiyanti & Agustiningsih, 2023) yang menunjukkan hasil serupa bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat pengguna. Pengguna menunjukkan kecenderungan yang sama dalam hal sikap positif terhadap teknologi setelah merasakan manfaat yang dirasakan. Penelitian lainnya menambahkan faktor lain yang diuji, seperti yang dilakukan oleh (Fitranita et al., 2023) yang meneliti pengaruh kepercayaan dan risiko terhadap minat penggunaan teknologi. Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan berperan penting dalam meningkatkan minat pengguna, sedangkan persepsi risiko yang

tinggi justru menurunkan niat untuk mengadopsi layanan digital. Di samping itu, penelitian yang dilakukan oleh (Nugraha & Atahau, 2018) menambahkan faktor kepercayaan sebagai variabel uji, dan hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan minat pengguna, dengan pengguna lebih cenderung menggunakan teknologi yang dianggap mudah diakses dan praktis. Secara keseluruhan, temuan-temuan dari berbagai jurnal tersebut menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi minat pengguna terhadap teknologi keuangan digital adalah persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Faktor-faktor ini pun dapat diikuti oleh variabel lain yang turut diuji, seperti kepercayaan ataupun risiko. Konsistensi hasil dari berbagai penelitian ini mengindikasikan bahwa pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) efektif dalam memahami dinamika adopsi teknologi di kalangan pengguna, sekaligus memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan strategi layanan digital yang lebih baik di masa depan.

Hal ini sejalan dengan peraturan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE). Peraturan ini mengatur tentang penyelenggaraan sistem elektronik, termasuk sistem yang berada di lingkungan publik dan privat, yang dimana penyelenggara sistem elektronik wajib melakukan pengelolaan, pengawasan, dan pengamanan data untuk menjaga keamanan dan integritas sistem. Peraturan ini juga mengatur tentang transaksi elektronik, termasuk aspek keamanan, keadilan, dan transparansi dalam transaksi tersebut. Selain aspek keamanan dan pengawasan, penyelenggaraan sistem ini harus mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata bagi penggunanya. Kemudahan akses dan penggunaan sistem elektronik tidak hanya akan meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga mendorong adopsi teknologi di masyarakat luas.

Dengan mengedepankan manfaat bagi pengguna, sistem elektronik ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap

peningkatan produktivitas, khususnya bagi pelaku usaha dan individu yang terlibat dalam transaksi digital sehari-hari. Peraturan ini bertujuan untuk memberikan kerangka hukum yang jelas dan kuat bagi pelaku usaha dan penyelenggara sistem elektronik dalam mengoperasikan dan mengelola sistem serta melakukan transaksi elektronik di Indonesia. Dengan adanya dukungan regulasi melalui peraturan pemerintah dan pemahaman tentang persepsi kemanfaatan serta kemudahan penggunaannya, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih mudah beradaptasi dengan teknologi finansial. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan efisiensi operasional mereka tetapi juga memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing di era digital saat ini..



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**