

**PENGEMBANGAN MODEL TAM TERHADAP MINAT
PENGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* SHOPEEPAY PADA
MAHASISWA FEB UNIVERSITAS BUNG HATTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

FEBRIANI
1910011211212

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Strata (Satu)*

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

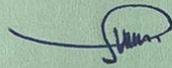
PENGEMBANGAN MODEL TAM TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
FINANCIAL TECHNOLOGY SHOPEEPAY PADA MAHASISWA
FEB UNIVESRSITAS BUNG HATTA

Oleh

Nama : FEBRIANI
NPM : 1910011211212

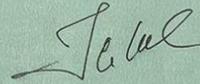
Tim Penguji

Ketua



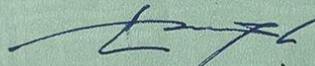
(Yuhelmi, S.E., M.M)

Sekretaris



(Ice Kamela, S.E., M.M)

Anggota



(Dr. Listiana Sri Marlatsih, S.E., M.M)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
pada tanggal 15 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

JUDUL SKRIPSI

PENGEMBANGAN MODEL TAM TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
FINANCIAL TECHNOLOGY SHOPEEPAY PADA MAHASISWA
FEB UNIVESRSITAS BUNG HATTA

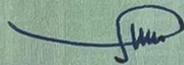
Oleh

Nama : FEBRIANI
NPM : 1910011211212

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 15 Agustus 2023

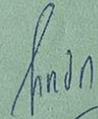
Menyetujui

Pembimbing



(Yuhelmi, S.E., M.M)

Ketua Program Studi



(Lindawati, S.E., M.Si)

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa dengan skripsi yang berjudul “**Pengembangan Model TAM Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology ShopeePay* Pada Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta**” merupakan hasil karya saya dan tidak merupakan karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dituliskan dalam naskah ini dan dicantumkan sumbernya dalam daftar pustaka.

Padang, Agustus 2023

Penulis

PENGEMBANGAN MODEL TAM TERHADAP MINAT PENGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* SHOPEEPAY PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS BUNG HATTA

Febriani¹, Yuhelmi²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
Email : febriaanii23@gmail.com, yuhelmi@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, faktor sosial, literasi keuangan digital, dan risiko terhadap minat penggunaan *fintech* shopeepay. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan *google form*. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan program *Smart PLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, faktor sosial dan risiko secara bersamaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech* shopeepay, serta persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat penggunaan *fintech* shopeepay, faktor sosial berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat penggunaan *fintech* shopeepay, dan minat penggunaan *fintech* (*behavioral intention*) berpengaruh positif terhadap pengguna shopeepay (*actual system use*). Sementara itu persepsi manfaat dan literasi keuangan secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech* shopeepay, serta faktor sosial tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan *fintech* shopeepay, dan risiko tidak berpengaruh terhadap persepsi manfaat penggunaan *fintech* shopeepay.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Faktor Sosial, Literasi Keuangan Digital, Risiko.

DEVELOPMENT OF THE TAM MODEL FOR THE INTEREST IN USE OF SHOPEEPAY FINANCIAL TECHNOLOGY IN FEB STUDENTS OF BUNG HATTA UNIVERSITY

Febriani¹, Yuhelmi²

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

Email : febriaanii23@gmail.com, yuhelmi@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived convenience, perceived benefits, social factors, digital financial literacy, and risks on interest in using fintech shopeepay. This study used a data collection method by distributing questionnaires online using Google from. The sample collection technique used was Non-Probability Sampling with a total sample of 140 student respondents at the Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University. The data analysis method in this study uses the Smart PLS program. The results of this study indicate that perceived convenience, social factors and risk simultaneously have a positive effect on interest in using fintech shopeepay, as well as perceived convenience have a positive effect on perceived benefits of using fintech shopeepay, social factors have a positive effect on perceived benefits of using fintech shopeepay, and interest in using fintech (behavioral intention) has a positive effect on shopeepay users (actual system use). Meanwhile, perceived benefits and financial literacy simultaneously have no effect on interest in using fintech shopeepay, and social factors have no effect on perceived ease of use of fintech shopeepay, and risks have no effect on perceived benefits of using fintech shopeepay.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Social Factors, Digital Financial Literacy, Risk.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahil'alamiin, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya. Sehingga perjuangan tahap awal dan kedua dari Tri Dharma Perguruan Tinggi akan selesai. Pendidikan yang telah ditempuh selama perkuliahan dikukuhkan dengan adanya penelitian Seminar Proposal yang berjudul **“Pengembangan Model TAM Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology ShopeePay* Pada Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta”**. Perjuangan ini tidak lepas dari segenap pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam perkuliahan ini.

Dalam melaksanakan Penelitian maupun dalam penulisan ini penulis banyak mendapat bantuan baik secara moral maupun materil dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT (ini adalah rahmat dan anugrah yang paling berarti dalam hidupku, Allah yang selalu menolongku, mempermudah dan melancarkan semua urusan-urusan perkuliahanku, mengabulkan semua Do'a ku, sehingga menjadikanku sebagai Sarjana Manajemen dan manusia yang berakal dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai pedoman hidupku).
2. Kepada kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan serta memberikan kasih sayang mendidik selama ini.
3. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA., selaku Rektor Universitas Bung Hatta.

4. Terimakasih Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Terimakasih Ibuk Herawati, S.E.M.Si.,Ak.CA, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
6. Terimakasih Ibu Linda Wati, S.E., M.Si., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Bung Hatta.
7. Terimakasih Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta.
8. Terimakasih Ibu Yuhelmi, S.E., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta saran-saran dalam penyelesaian Skripsi ini.
9. Terimakasih Kepada Seluruh Dosen di Jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
10. Terimakasih Kepada Dodo Adam calon teman hidup penulis sayangi, yang sudah menemani penulis saat bimbingan, menceritakan keluh kesal saat pembuatan skripsi, dan slalu menemani penulis bagadang untuk mengerjakan skripsi ini serta terimakasih slalu sabar untuk menghadapi penulis sampai saat ini.
11. Terimakasih kepada Sahabat-sahabat yang penulis sayangi, Silvi Handri, Jihan Alfira, Nuri Kuntum Khaira, Heza Rahmayani yang sudah menjadi sahabat terbaik sampai saat ini, terimakasih sudah selalu berusaha mengerti.

12. Terima kasih untuk teman seperjuangan Mutiara Hanum, Ridhatul Ghina, Nabila Putri Sakinah, Nadia Safitri yang telah membantu dan memberikan saran, dukungan serta memotivasi penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
13. Terimakasih juga kepada pihak yang tidak sempat penulis cantumkan satu persatu disini, bagi kalian yang penulis kenal, atau kalian yang kenal penulis, sudah penulis simpan dalam kenangan terindah. Terimakasih sudah mengisi setiap putaran detik dalam hidup penulis selama masa perkuliahan kurang lebih 4 tahun.
14. Dan yang terakhir, terima kasih kepada diri penulis. Hebat bisa melewati ini semua dan masih kuat dengan segala hal yang membuat diri ingin menyerah. Kamu keren dan hebat, feby.

Mengingat keterbatasan penulis, banyak kekurangan di dalam laporan ini dan untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dan berguna untuk penyempurnaan penulisan laporan di masa yang akan datang. Dan semoga laporan ini berguna untuk penulis dan pembaca.

Padang, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II	15
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	15
2.1.2 Minat Penggunaan.....	18
2.1.3 Pengertian <i>Actual System Use</i> (Pengguna ShopeePay).....	21
2.1.4 Pengertian Persepsi Kemudahan.....	22
2.1.4 Pengertian Persepsi Kemanfaatan.....	25
2.1.5. Pengertian Faktor Sosial.....	28
2.1.6. Pengertian Persepsi Literasi Keuangan digital.....	31
2.1.7. Pengertian Persepsi Risiko.....	35
2.2 Pengembangan Hipotesis	38
2.3 Kerangka Konseptual	49
BAB III	50
METODE PENELITIAN	50

3.1 Populasi dan Sampel	50
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	51
3.4 Defenisi Operasional Variabel	51
3.5 Teknik Analisis Data.....	56
3.6 Model Fit.....	60
3.7 Uji Multikolinieritas VIF.....	60
3.8 R <i>Square</i> dan Q <i>Square</i>	60
3.9 Structural Model Assesment (SMA).....	61
BAB IV	62
HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Penelitian	62
4.2 <i>Measurement Model Assement (MMA)</i>	64
4.2.1 <i>Outer loading</i>	64
4.2.2 Convergent Validity	65
4.2.3 Discriminant Validity	67
4.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	68
4.4 Model Fit.....	74
4.5 Uji Multikolinieritas VIF	74
4.6 R Square dan Q Square	75
4.7 Structur Model Assessment (SMA)	77
4.8 Pembahasan Hipotesis.....	81
BAB V PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian	93
5.3 Implikasi Penelitian	94
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Survei Dompot Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat.....	4
Gambar 2. 1 Final Version Of Technology Acceptance Model	16
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	49
Gambar 4. 1 Outer Loading	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Survey Awal Penelitian Minat Penggunaan Fintech Shopeepay	5
Tabel 3. 1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	59
Tabel 3. 2 Kriteria R Square	60
Tabel 3. 3 Kriteria Q Square	61
Tabel 4. 1 Tingkat Respon Penelitian	62
Tabel 4. 2 Deskriptif Umum Responden	63
Tabel 4. 3 Outer Loading	64
Tabel 4. 4 Average Variance Extracted (AVE)	66
Tabel 4. 5 Discriminant Validity Metode Fornell-Larcker Criterion	67
Tabel 4. 6 Discriminant Validity dengan Metode Cross Loading	68
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Minat	69
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Penggunaan Shopeepay	69
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan	70
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat	71
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel Faktor Sosial	71
Tabel 4. 12 Deskriptif Variabel Literasi Keuangan Digital	72
Tabel 4. 13 Deskriptif Variabel Risiko	73
Tabel 4. 14 Uji Model Fit	74
Tabel 4. 15 Uji Multi VIF	74
Tabel 4. 16 R Square dan Q Square	76
Tabel 4. 17 Pengujian Hipotesis	77

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN	109
LAMPIRAN II TABULASI DATA	113
LAMPIRAN III PROFIL RESPONDEN	118
LAMPIRAN IV MEASUREMENT MODEL ASSESMENT (MMA).....	119
LAMPIRAN V DESKRIPSI VARIABEL	122
LAMPIRAN VI R SQUARE DAN Q SQUARE	124
LAMPIRAN VII STRUCTURAL MODEL ASSEMENT (SMA)	125

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengganti gaya hidup masyarakat pada saat ini. Masyarakat yang semula menggunakan cara-cara konvensional dituntut untuk mampu beradaptasi dan mulai beralih mengikuti perkembangan era digital. Perkembangan teknologi mempengaruhi banyak sektor termasuk sektor keuangan, khususnya sistem pembayaran. Hadirnya revolusi industri 4.0 seperti sekarang ini menunjukkan semakin meningkatnya teknologi yang berpengaruh terhadap sistem pembayaran dengan beragam aplikasi yang digunakan masyarakat sebagai sarana pembayaran non-tunai. Teknologi yang memudahkan pembayaran telah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Teknologi yang berkembang saat ini yaitu teknologi pembayaran yang merupakan bagian dari *financial technology (fintech)*. Penyelenggara *fintech* meliputi sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi dan manajemen resiko, pinjaman, pembiayaan, dan penyedia modal, serta jasa keuangan lainnya (Rusadi & Benuf, 2020). *Fintech* merupakan layanan keuangan *berplatform* teknologi, dimana *fintech* selaku layanan yang inovatif dalam aspek pelayanan keuangan yang memakai sistem dengan cara *online*. *Fintech* bukan sebagai pengganti sistem keuangan, tetapi selaku pelengkap sistem keuangan yang sudah ada, namun kehadirannya sudah mengubah cara masyarakat dalam bertransaksi. Berkembangnya bisnis *fintech* juga ikut mempengaruhi munculnya

perusahaan *startup* yang bergerak dibidang keuangan digital. Salah satu produk keuangan digital tersebut adalah dompet digital (*e-wallet*). *E-wallet* merupakan salah satu bentuk produk dari *Fintech* yang memanfaatkan media internet yang digunakan sebagai salah satu alat pembayaran (Kusuma dan Syahputra, 2020).

E-wallet mengajarkan setiap individu untuk melakukan pembayaran tanpa menggunakan uang tunai sehingga pembayaran dapat dilakukan lebih mudah, lebih aman dan lebih produktif. *E-wallet* adalah pembayaran dalam bentuk server yang dihubungkan dengan *smartphone* yang digunakan untuk pembayaran dan juga untuk menyimpan uang serta dapat digunakan kapanpun dan dimanapun disetiap tempat yang menyediakan pelayanan pembayaran (Bagla dan Sancheti, 2018). *E-wallet* memakai layanan elektronik untuk menyimpan data pembayaran seperti alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik yang dapat menampung dana untuk pembayaran.

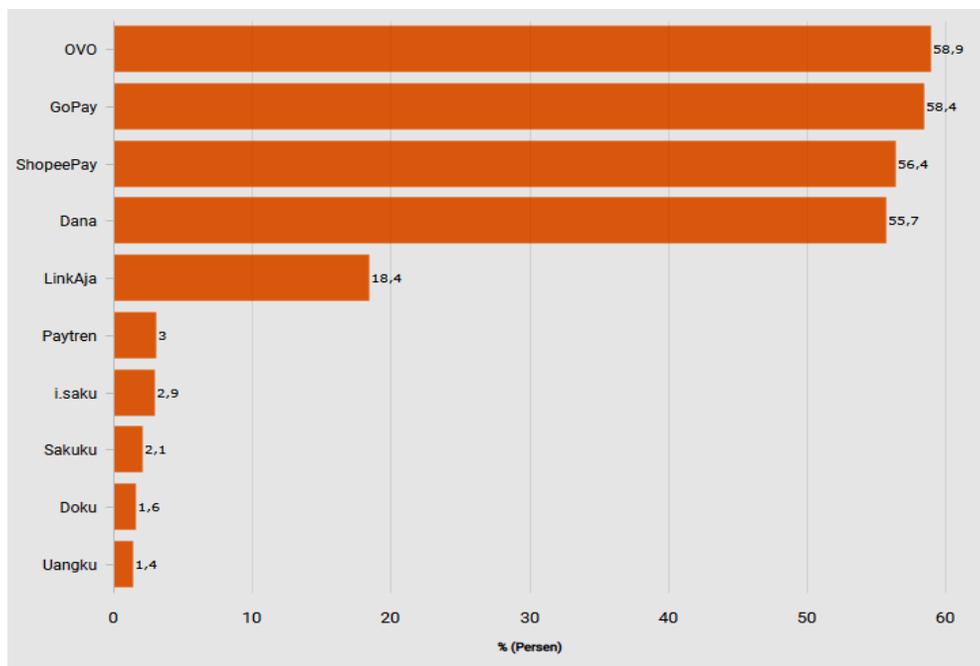
Pengenalan *e-wallet* di Indonesia berawal dari Telkomsel yang merilis *T-cash* pada tahun 2007, kemudian disusul oleh Dompetku dari Indosat di tahun berikutnya. Bank Indonesia pertama kali yang mengesahkan *e-wallet* milik PT Indosat, Tbk bernama *Paypro*. Namun, saat itu rendahnya pemasaran dan terbatasnya fasilitas pendukung menjadikan pertumbuhan *e-wallet* masih sangat kecil. Penggunaan *e-wallet* hanya digunakan oleh orang-orang tertentu dan belum banyak yang mengetahui bahwa *e-wallet* dapat digunakan sebagai alat pembayaran (Rembulan & Firmansyah, 2020). Pada survei Ipsos di Asia Tenggara memperoleh hasil sebanyak 44% pengguna baru penduduk Indonesia menggunakan *e-wallet* pada awal tahun 2020. *E-wallet* muncul dengan

menawarkan banyak kemudahan bagi pengguna dengan teknologi terkini yang dapat diakses oleh semua kalangan (Nawawi, 2020). Hingga saat ini, *e-wallet* mengalami peningkatan yang sangat pesat.

Utilisasi penggunaan *e-wallet* sudah sangat luas, pengguna *e-wallet* bisa digunakan untuk membayar tagihan listrik, air, telepon, dan tagihan-lainnya. Selain itu, *e-wallet* juga dapat dimanfaatkan untuk menikmati layanan lainnya seperti asuransi dan investasi. Hal menarik dari *e-wallet* yaitu ketika belanja *online* lebih banyak masyarakat menggunakan *e-wallet* dibandingkan dengan rekening bank. Selain belanja *online*, *e-wallet* juga dapat digunakan untuk belanja *offline*. Beberapa *e-wallet* yang cukup populer di Indonesia yaitu OVO, GoPay, ShopeePay, DANA, dan LinkAja.

Dari banyaknya *e-wallet* yang ada, salah satu *e-wallet* yang paling sering digunakan saat ini yaitu *Shopeepay* (Falah, 2021). *Shopeepay* telah mendapat lisensi Bank Indonesia pada Agustus 2018 dan resmi dirilis pada November 2018. Menurut Sulfina et al., (2022) *Shopeepay* hadir di Indonesia agar para penggunanya dapat melakukan transaksi pembayaran dengan mudah. *Shopeepay* merupakan *e-wallet* yang dikeluarkan oleh *e-commerce* Shopee. *Shopeepay* resmi diluncurkan pada September tahun 2020. *Shopeepay* disebut sebagai layanan uang elektronik yang berfungsi sebagai alat pembayaran untuk bertransaksi di aplikasi Shopee dan pembayaran secara *offline* di *Merchant Shopeepay*. Selain itu, *Shopeepay* juga dapat digunakan sebagai tempat penyimpanan uang baik dari pengembalian dana sesudah transaksi maupun dari *top up* yang disengaja untuk menyimpan uang sehingga dapat digunakan kembali untuk transaksi berikutnya.

Saat ini *Shopeepay* tercatat sebagai *e-wallet* dengan pertumbuhan paling pesat di masa pandemi. Dalam Katadata tahun 2021 dibuktikan dengan jumlah total pengguna yang mencapai 34% dari keseluruhan jumlah transaksi *e-wallet* di Indonesia. Saat ini *Shopeepay* telah tersebar luas di Indonesia dengan menjangkau lebih dari 500 kota dan kabupaten. *Shopeepay* dapat digunakan dalam bertransaksi di ratusan ribu merchant dengan berbagai macam kategori seperti *food and beverage*, *fashion*, *merchant online*, dan layanan logistik lainnya. *E-wallet* yang populer yang ada di Indonesia dapat dilihat dari hasil survei DailySocial berikut.



Sumber : databoks2022

Gambar 1. 1 Survei Dompot Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat

Dari gambar 1.1 diketahui 58,9% pengguna *e-wallet* paling banyak menggunakan OVO, beda tipis dengan GoPay yaitu 58,4% selanjutnya *Shopeepay* dengan hasil 56,4%. Dompot digital paling terendah diperoleh oleh Uangku dengan hasil 1,4%.

Dari beberapa *e-wallet*, *Shopeepay* berada pada peringkat ketiga karena *Shopeepay* hanya dapat digunakan pada aplikasi Shopee ataupun *merchant* yang melakukan kerjasama dengan Shopee. Sehingga *shopeepay* belum termasuk pengguna paling banyak peminatnya.

Dari hasil penelusuran di Dunia *Financial technology* tahun 2021 rentang usia paling banyak dalam menggunakan dompet digital adalah 19-24 (72%), rentang usia ini adalah rentang usia pelajar dan mahasiswa (Setiyono et al., 2021). Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Faddila et al., (2022) yang menemukan bahwa rata-rata penggunaan *e-wallet* didominasi oleh generasi Z pada usia 19-24. Menurut Putri dkk, (2019) hal ini dikarenakan generasi Z pada usia 19-24 dibesarkan pada dunia media sosial dan *internet* yang berkembang dengan pesat, sehingga bisa dikatakan bahwa generasi pada usia ini kecanduan teknologi. Hasil survey awal terhadap 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. 1 Survey Awal Penelitian Minat Penggunaan *Fintech* *Shopeepay*

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Saya berminat, Jika di tempat pembayaran <i>Shopeepay</i> belanja menyediakan	6,7%	30%	23,3%	26,7%	13,3%
2	Saya berencana akan terus menggunakan <i>Shopeepay</i> dimasa yang akan datang	10%	40%	26,7%	16,7%	6,7%
3	Saya memperkirakan penggunaan sistem pembayaran <i>Shopeepay</i> di Shopee berlanjut dimasa depan	6,7%	26,7%	23,3%	36,7%	6,7%
TOTAL (%)		7,8	32,23	24,43	26,7	8,9

Sumber : Survey awal 2023

Berdasarkan hasil survey awal pada tabel 1.1 minat penggunaan *fintech Shopeepay* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menunjukkan hasil persen rata-rata paling tinggi adalah jawaban tidak setuju dibandingkan dengan jawaban setuju. Jumlah jawaban tidak setuju menunjukkan hasil persen rata-rata 32,23% sementara jumlah jawaban setuju menunjukkan hasil persen rata-rata 26,7% dan jawaban netral 24,43%. Hal ini dapat diartikan bahwa minat penggunaan *fintech* ShopeePay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta masih dikategorikan rendah.

Tinggi rendahnya minat penggunaan mahasiswa dalam menggunakan *fintech* ShopeePay dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang ada dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM dijelaskan bahwa pengguna lebih memilih menggunakan suatu teknologi tergantung dari bagaimana teknologi tersebut mampu memperbaiki dan meningkatkan kinerja. Walaupun dalam penggunaan teknologi banyak manfaat yang diperoleh, namun kesulitan dalam menggunakan teknologi apakah sebanding dengan manfaat yang diperoleh tersebut dan juga dapat mempengaruhi seseorang dalam penggunaan teknologi (Davis, 1989). Saat menggunakan teknologi salah satu hal yang dapat menarik minat bagi pengguna adalah kemudahannya (Aditya & Mahyuni, 2022) . Hal itu dapat diartikan persepsi kemudahan yaitu ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi mudah dioperasikannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Khoirunnisa & Dwijayanti (2020) didukung oleh hasil penelitian Mawardani & Renny (2021) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan aplikasi OVO dimana semakin mudah penggunaan teknologi semakin tinggi pula minat penggunaannya. Meskipun model TAM merupakan model yang kuat dan lebih banyak terbukti dari penelitian sebelumnya, namun masih ada ditemukan penelitian dari Watmah et al., (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital. Hal ini dikarenakan penggunaan dompet digital harus didukung dengan aplikasi yang terinstal di *smartphone* dan terhubung ke internet serta kondisi jaringan yang terkadang tidak stabil sehingga mempengaruhi penggunaan dompet digital.

Persepsi manfaat yaitu suatu tahap dimana seseorang percaya bahwa pemakai suatu sistem tertentu akan dapat menambah prestasi kerja (Davis et al., 1989). Hal tersebut dapat diartikan bahwa persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna dompet digital yaitu cepat, praktis, dan efisien dalam bertransaksi tanpa harus keluar rumah, serta mengurangi biaya transportasi untuk keluar rumah.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih dan Maharani (2020) menyimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Meskipun Davis, (1989) dalam teori TAM menjelaskan bahwa ada pengaruh yang sangat signifikan antara persepsi manfaat dengan niat penerimaan teknologi yang dibuktikan dengan banyak penemuan terdahulu, namun penelitian yang dilakukan oleh Legi & Saerang (2020) menemukan bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan *e-*

money baik Gopay, OVO maupun DANA. Hal ini menggambarkan bahwa suatu teknologi diterima dan dipercaya karena memiliki manfaat bagi penggunanya. Sebaliknya jika sistem teknologi informasi tersebut kurang memberikan manfaat maka pengguna tentu tidak akan menggunakannya.

Selain persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang dikembangkan dalam Model TAM, terdapat variabel yang juga dikembangkan dalam mempengaruhi seseorang menggunakan *fintech* salah satunya adalah faktor sosial. Faktor sosial adalah tindakan atau emosi seseorang dapat dipahami melalui pengetahuan tentang apa yang telah dipelajari dari lingkungan sosialnya (Aditya & Mahyuni, 2022). Dengan adanya faktor sosial semakin terciptanya daya tarik seseorang untuk berminat menggunakan layanan *fintech*, karena faktor sosial menggambarkan bahwa pendapat dan sikap dari orang lain seperti teman, keluarga, kerabat atau atasan yang menggunakan teknologi untuk mengajak menggunakan teknologi yang sama. Hal ini terlihat lingkungan sosial membawa pengaruh besar terhadap minat menggunakan teknologi keuangan.

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas pengaruh faktor sosial di Indonesia seperti hasil penelitian Kurniawan et al., (2022) menemukan bahwa faktor sosial berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan aplikasi emas digital. Namun hasil penelitian Ayudya & Wibowo (2018) bertolak belakang dengan pernyataan tersebut dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* tetapi berpengaruh terhadap faktor

internal dalam diri individu seperti sikap terhadap perilaku dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Variabel yang dikembangkan selain faktor sosial adalah literasi keuangan. Menurut Yushita (2017) literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangan. Semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang akan teknologi keuangan maka menghasilkan perilaku keuangan yang baik untuk mengelola keuangan yang efektif. Literasi keuangan digital akan memudahkan masyarakat dalam mengetahui kegunaan produk, layanan keuangan yang tersedia, membantu meningkatkan inklusi keuangan masyarakat disektor keuangan dengan cepat, serta dapat mewujudkan sistem keuangan yang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Mukti et al., (2022) dengan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech* karena semakin baik literasi keuangan maka minat penggunaan juga semakin meningkat. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Giriani & Susanti (2021) Literasi keuangan secara *fragmentaris* tidak memiliki pengaruh nyata terhadap penggunaan *e-money*. Hal ini disebabkan karena tingginya tingkat literasi keuangan mahasiswa tidak mempengaruhi penggunaan alat pembayaran secara elektronik. Sehingga pengguna *e-money* tidak terpengaruh oleh tingginya tingkat literasi.

Variabel terakhir yang dikembangkan selain literasi keuangan digital adalah Risiko. Risiko pada sistem pembayaran dompet digital didefinisikan sebagai suatu keadaan yang harus dihindari dalam melakukan aktivitas apapun, termasuk dalam penggunaan *fintech*.

Kemajuan teknologi menimbulkan suatu risiko yang besar apabila tidak digunakan dengan benar atau digunakan untuk tujuan kejahatan (Suryanto, 2017). Penelitian mengenai resiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* dapat ditemukan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Legi & Saerang (2020) bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Namahoot & Laohavichien (2018) menyatakan persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat penggunaan *internet banking*. Hal ini berarti bahwa jika nasabah merasa risiko menurun, maka mereka akan lebih cenderung menggunakan *internet banking*.

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah mengganti variabel kepercayaan menjadi variabel literasi keuangan digital dan menambahkan variabel faktor sosial. Dari kesederhanaan TAM yang mampu menjelaskan hubungan sebab akibat, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengembangkan TAM.

Berdasarkan uraian latar belakang dan memperhatikan fenomena serta gap penelitian terdahulu, maka peneliti berupaya untuk membuktikan hubungan antara kemudahan, kemanfaatan, faktor sosial, literasi keuangan digital dan resiko dengan minat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* sehingga judul dalam penelitian ini adalah **“Pengembangan Model TAM Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology ShopeePay* Pada Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, Maka dapat dikemukakan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap minat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta ?
2. Bagaimana pengaruh Persepsi Manfaat terhadap minat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta ?
3. Bagaimana pengaruh Faktor Sosial terhadap minat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta ?
4. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap minat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta ?
5. Bagaimana pengaruh Persepsi Risiko terhadap minat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta ?
6. Bagaimana pengaruh Minat menggunakan *Financial Technology* terhadap Penggunaan *ShopeePay (actual use system)* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta ?
7. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap persepsi manfaat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta ?

8. Bagaimana pengaruh Faktor Sosial terhadap persepsi kemudahan penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta?
9. Bagaimana pengaruh Faktor Sosial terhadap persepsi manfaat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta?
10. Bagaimana pengaruh Persepsi Risiko terhadap persepsi manfaat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat pengguna *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Persepsi Manfaat terhadap minat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Faktor Sosial terhadap minat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.

4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap minat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.
5. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Persepsi Risiko terhadap minat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.
6. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Minat menggunakan *Financial Technology* terhadap Penggunaan *ShopeePay (actual use system)* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.
7. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap persepsi manfaat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.
8. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Faktor Sosial terhadap persepsi kemudahan penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.
9. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Faktor Sosial terhadap persepsi manfaat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.
10. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Persepsi Risiko terhadap persepsi manfaat penggunaan *Financial Technology ShopeePay* pada mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diberikan melalui hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademik. Penelitian ini dapat menambah referensi bagi penelitian selanjutnya dan mengembangkan sifat kritis terhadap fenomena yang ada dan berhubungan dengan *Financial Technology Shopeepay*.
2. Bagi Perusahaan Penyedia Shopeepay, Penelitian ini dapat membantu perusahaan shopee dalam pengambilan keputusan yang tepat, sehingga membantu perusahaan tersebut mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam mengoptimalkan *ShopeePay*.