

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* PADA SISTEM PEMBAYARAN TRANSPORTASI *ONLINE*

Ananto Setiawan¹, Riztina Dwi Setyasih², Leica Jastien Hosana³,
^{1,2,3}Program Studi Magister Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman
Koresponden email: anantosetiawan2015@gmail.com

Abstract

Berdasarkan hasil studi Polling 2018 di Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2018) jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen. Teknologi internet yang semakin berkembang di Indonesia bukan hanya digunakan pada usia muda tetapi usia dan dewasa pun memanfaatkan secara baik dan bijaksana. Salah satu pemanfaatan dalam teknologi internet ini adalah penyedia layanan transportasi berbasis online yaitu Go-Jek dan Grab. Go-Jek menyertakan fitur Go-Jek Credit yang merupakan dompet virtual guna mempermudah transaksi secara online. Fitur Go-jek Credit ini disebut Go-pay. Sedangkan pada aplikasi Grab fitur pembayarannya virtualnya menggunakan OVO. Penulis termotivasi untuk melihat bagaimana minat masyarakat pada sistem pembayaran virtual tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apakah norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian mempengaruhi minat perilaku untuk menggunakan teknologi pembayaran virtual Go-Pay dan OVO pada aplikasi Go-Jek dan Grab. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey dengan instrumen kuesioner. Data kuesioner dianalisis dengan menggunakan SPSS 21. Hasil menunjukkan bahwa Norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan teknologi pembayaran virtual yaitu Go-Pay dan OVO pada aplikasi Go-jek dan Grab.

Kata Kunci: Subjective Norm, Perceived Control Behavior, dan Intention Behavior to use

ANALYSIS OF FINANCIAL TECHNOLOGY FACTORS ON ONLINE TRANSPORTATION PAYMENT SYSTEMS

Abstract

Based on the results of an Indonesian Poll study 2018 in collaboration with the Association of Indonesian Internet Service Providers (APJII), the number of internet users in Indonesia grew by 10.12 percent. Internet technology that is increasingly developing in Indonesia is not only used at a young age, but age and adulthood are using it wisely and wisely. One of the uses in this internet technology is online-based transportation service providers namely Go-Jek and Grab. Go-Jek includes the Go-Jek Credit feature which is a virtual wallet to make online transactions easier. This Go-jek Credit feature is called Go-pay. Grab application, the payment feature is virtual using OVO. The author is motivated to see how people's interest in the virtual payment system. The purpose of this study is to find out whether subjective norms and perceived behavioral control influence behavioral interest in using Go-Pay and OVO virtual payment technology in Go-Jek and Grab applications. This research is a quantitative study using a survey method with a questionnaire instrument. Questionnaire data were analyzed using SPSS 21. The results showed that subjective norms and perceived behavioral control had a positive effect on behavioral interest using virtual payment technology, Go-Pay and OVO in Go-Jek and Grab applications.

Keywords: Subjective Norms, Perception Control Behavior, and Intention Behavior to be used

PENDAHULUAN

Internet merupakan sebuah media komunikasi dan informasi yang sudah tidak asing dan memiliki banyak manfaat

bagi masyarakat Indonesia. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Pengguna internet di Indonesia

tercatat mengalami peningkatan di tahun 2018 lalu. Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2018), jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen. Menurut Sekjen APJII, Henri Kasyfi, survei ini melibatkan 5.900 sampel dengan margin of error 1,28 persen. Data lapangan ini di ambil selama periode Maret hingga 14 April 2019. Hasilnya, dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet (Kompas.com).

Teknologi internet yang semakin berkembang di Indonesia bukan hanya digunakan pada usia muda tetapi usia dan dewasa pun memanfaatkan secara baik dan bijaksana. Salah satu pemanfaatan dalam teknologi internet ini adalah penyedia layanan transportasi berbasis online yaitu Go-Jek dan Grab. Go-Jek merupakan aplikasi mobile untuk layanan transportasi berbasis lokasi. Konsumen melakukan order melalui aplikasi Go-jek yang nantinya orderan tersebut diterima oleh pengemudi ojek terdekat. Dan pada setelah orderan tersebut maka aplikasi konsumen dapat terhubung dengan pengemudi Go-Jek tersebut. Sehingga konsumen dapat memantau langsung lokasi pengemudi ojek yang akan mengantarnya. Go-jek yang didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran pada awal kemunculannya pada tahun 2010 (Wulandari, Syah, & Abdillah, 2016) dengan kemunculannya banyak menuai bermacam-macam respon dari masyarakat. Selain Go-Jek ada pula

layanan transportasi online lain yang ada di Indonesia yaitu Grab. Grab didirikan pada bulan Juni 2012 ber Kantor pusat Di Singapore pendirinya bernama Anthony Tan dan Tan Hooi Ling. (Wikipedia.org) kemunculannya pun banyak menuai bermacam-macam respon dari masyarakat.

Namun seiring berjalannya waktu dan pemahaman masyarakat mengenai aplikasi transportasi online, Go-Jek maupun Grab dapat diterima dan berkembang pesat di industri transportasi Indonesia. Go-Jek kemudian melakukan banyak inovasi dalam layanannya, seperti *GO-Massage*, *GO-Food*, *GO-Clean*, *GO-Tix*, dan lain-lain yang banyak diminati konsumennya. Beberapa saat setelah kemunculannya, Go-Jek menyertakan fitur Go-Jek *Credit* yang merupakan dompet virtual guna mempermudah transaksi secara online. Fitur Go-jek Credit ini disebut Go-pay. Dan pada aplikasi Grab fitur pembayarannya virtualnya menggunakan OVO.

Pembayaran melalui Virtual Account bisa disebut dengan rekening buatan yang tidak benar-benar nyata atau virtual. Akun akan berisikan nomor ID pelanggan atau customer yang dibuat oleh Bank. Pembuatan akun dilakukan sesuai dengan permintaan perusahaan yang memiliki tujuan untuk mempermudah dalam melakukan transaksi. Setiap transaksi nantinya pelanggan akan mendapatkan satu ID akun atau *VA Number*, yang selanjutnya masing-masing pelanggan diberikan virtual account yang berbeda dan unik, serta dapat diatur sesuai kebutuhan. Ketika pelanggan ingin membayar tagihan melalui *virtual account* maka

konfirmasi pembayaran akan berlangsung secara otomatis.

Tidak sedikit masyarakat terutama masyarakat usia muda yang telah melakukan pembayaran virtual ini terutama pada sistem pembayaran transportasi online. Peneliti tertarik untuk menganalisis perilaku masyarakat dalam hal ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Primasari (2018) mengatakan bahwa niat seseorang manusia untuk melakukan suatu perilaku menentukan akan dilakukan atau tidaknya perilaku tersebut.

Theory of Planned Behavior didasarkan pada asumsi bahwa norma subjektif (Subjective Norm) dan kontrol perilaku persepsian (*Perceived Behavior Control*) menentukan minat perilaku masyarakat menggunakan sistem pembayaran virtual dalam aplikasi transportasi online.

Norma subjektif merupakan persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Norma subjektif berhubungan dengan faktor pengaruh sosial seperti orang-orang disekitar individu. Dalam hal ini, masyarakat yang telah menggunakan Go-Pay dan OVO dan mereka merasa puas akan mempengaruhi orang lain atau orang di sekitar mereka untuk menggunakan Go-Pay dan OVO pada sistem pembayaran Go-Jek dan Grab. Sedangkan kontrol perilaku persepsian merupakan kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku.

Penelitian Ardhiani (2015) menunjukkan bahwa konstruk norma subjektif (*subjective norm/SN*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konstruk minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use/BIUS*). Dan konstruk kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control/PBC*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap konstruk minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use/BIUS*) sebesar 39% . Sedangkan penelitian Nuary (2010) menunjukkan bahwa subjective norm berpengaruh signifikan pada intention to use. Ini berarti nilai sosial dari keluarga, orang tua, relasi, dan tetangga mempengaruhi minat dari pelaku UKM dalam memasarkan produk atau jasanya melalui e-commerce. Dan perceived behavior control berpengaruh pada intention to use. Ini berarti, kontrol perilaku mempunyai pengaruh yang positif pada munculnya minat pelaku UKM untuk menggunakan e-commerce. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan penggunaan pembayaran virtual pada transportasi online.

Teori perilaku perencanaan (*theory of planned behavior* atau TPB) merupakan teori pengembangan lebih lanjut dari *theory of reasoned action* (TRA). Sebelumnya dijelaskan pada TRA niat perilaku (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dan norma subjektif (subjective norm).

Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) didefinisikan oleh Davis et al. (1989) adalah sebagai perasaan-perasaan positif atau negatif

dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan (“an individual’s positive or negative feelings about performing the target behavior.”). Menurut Ajzen (dalam Jogiyanto, 2008), banyak sekali perilaku-perilaku yang dilakukan oleh manusia di luar kemauan kontrolnya. Perilaku tersebut dinamakan perilaku kewajiban (mandatory behavior), perilaku yang diwajibkan adalah perilaku yang bukan atas kemauannya sendiri tetapi karena memang tuntutan atau kewajiban dari kerja. Norma subyektif (subjective norm) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Norma subyektif berhubungan dengan faktor pengaruh sosial seperti orang-orang disekitar individu.

Ajzen menambahkan bahwa sebuah konstruk yang sebelumnya tidak ada di dalam TRA. Konstruk tersebut ditambahkan untuk mengontrol perilaku yang dibatasi oleh keterbatasan-keterbatasan kurangnya sumber daya untuk melakukan sebuah perilaku.

Konstruk ini disebut dengan kontrol perilaku persepsian (perceived behavioral control) dimana dimaksudkan sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku (Ajzen, 1991).

Ajzen (2002) mengatakan bahwa kontrol keperilakuan mempengaruhi niat didasarkan atas asumsi bahwa kontrol keperilakuan yang dipersepsikan oleh individu akan memberikan implikasi motivasi pada orang tersebut. TPB disebutkan bahwa tindakan manusia itu diarahkan oleh tiga macam kepercayaan, diantaranya adalah:

1. Behavioral beliefs atau kepercayaan-kepercayaan perilaku yaitu kepercayaan-kepercayaan

tentang kemungkinan terjadinya perilaku. Dalam TRA komponen ini disebut dengan sikap (attitude) terhadap perilaku.

2. Normative beliefs atau kepercayaan-kepercayaan normatif yaitu kepercayaan-kepercayaan tentang ekspektasi-ekspektasi normative dari orang-orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi tersebut. Dalam TRA, komponen ini disebut dengan norma-norma subyektif sikap (subjective norms) terhadap perilaku.
3. Control beliefs atau disebut kepercayaan-kepercayaan kontrol, adalah kepercayaan-kepercayaan tentang keberadaan faktor-faktor yang akan memfasilitasi atau merintangi kinerja dari perilaku dan kekuatan persepsian dari faktor-faktor tersebut.

Berdasarkan penjelasan yang disebutkan, maka dirumuskan hipotesis penelitian diantaranya yaitu :

- H1: Norma subyektif (subjective norm) berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan teknologi (behavioral intention to use)
- H2: Kontrol perilaku persepsian (perceived behavior control) berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan teknologi (behavioral intention to use)

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah eksplanatori (*explanatory research*), dimana menurut Singarimbun dan Effendi (1995) penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Metode penelitian yaitu penelitian kuantitatif yaitu melalui eksperimen dan survei. Menurut Sugiyono (2012), objek penelitian

adalah sebuah sasaran ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu).

Target/ Sumber Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah orang-orang yang peneliti temui dan sampel dalam penelitian ini adalah

Pertanyaan dalam kuesioner yang diisi atau dijawab oleh responden yaitu pengguna jasa transportasi online. Kuesioner dibagikan langsung kepada responden dengan menggunakan link google form. Pengukuran instrumen kuesioner menggunakan skala likert 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Netral), 4 (Setuju), 5 (Sangat Setuju).

Responden terbagi rata pria dan wanita, berumur kisaran 15 tahun – 45 tahun, berdomisili tersebar di pulau Jawa, Bali dan Sumatra, karena ketiga pulau ini yang sudah banyak menggunakan aplikasi online.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov, Uji Multikolinearitas dengan TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF), Uji Heterskedastisitas dengan Metode Glejser, dan Uji Autokorelasi dengan metode Run Test. Dan menggunakan Analisis Regresi Berganda dengan menggunakan SPSS 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil analisis statistik deskriptif bahwa rata-rata nilai terendah atau jawaban paling sering muncul terendah ada pada nilai 2 yaitu “Tidak Setuju” untuk ketiga variabel. Dan untuk rata-rata nilai tertinggi atau jawaban paling sering muncul tertinggi pada nilai 5 yaitu “Sangat Setuju”.

orang-orang yang telah menggunakan OVO dan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek dan Grab.

Prosedur

Data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data yang di dapat adalah dengan melihat hasil penyebaran kuisisioner.

Instrumen dan Pengumpulan Data

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Subjective Norm	56	2,00	5,00	3,4464	,98016
Perceived Behavior Control	56	2,00	5,00	3,7813	,85820
Behavioral Intention to Use	56	2,00	4,75	3,4509	,91007
Valid N (listwise)	56				

Pada penelitian ini diketahui bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) sebesar 0,262. Model tersebut menunjukkan bahwa model memenuhi normalitas karena Asymp Sig (2-tailed) sebesar $0,262 > \alpha$ (0,05) yang berarti data berdistribusi normal. Dari hasil yang ada respondenn yang merupakan pengguna jasa transportasi online menjawab pertanyaan pada poin 2 (Tidak Setuju) sampai poin 5 (Sangat Setuju).

Tabel 2. Uji Normalitas

Hypothesis Test Summary			
Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1 The distribution of Standardized Residual is normal with mean -0,000 and standard deviation 0,988	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,262	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Semua variabel independen pada penelitian ini mempunyai nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,349	,364		,960	,341		
Subjective Norm	,458	,099	,494	4,639	,000	,651	1,537
Perceived Behavior Control	,402	,113	,379	3,565	,001	,651	1,537

Hasil dari masing-masing pada model penelitian ini adalah $\text{sig} > \alpha$ (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian ini.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,381	,243		1,569	,123		
Subjective Norm	-,068	,066	-,173	-1,030	,308	,651	1,537
Perceived Behavior Control	,071	,075	,159	,946	,348	,651	1,537

Model penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> \alpha$ (0,05).

Tabel 5. Uji Autokorelasi

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	,03712
Cases < Test Value	28
Cases >= Test Value	28
Total Cases	56
Number of Runs	28
Z	-,270
Asymp. Sig. (2-tailed)	,787

Tabel 6. Hasil Analisis Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,349	,364		,960	,341		
Subjective Norm	,458	,099	,494	4,639	,000	,651	1,537
Perceived Behavior Control	,402	,113	,379	3,565	,001	,651	1,537

Hasil dari pengujian terhadap hipotesis 1 diketahui nilai $\text{sig} < \alpha$ (0,05) dengan arah koefisien positif. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel norma subyektif (subjective

norm) berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan teknologi (behavioral intention to use), dengan demikian maka **hipotesis 1 (H1) diterima**.

Hasil dari pengujian terhadap hipotesis 2 diketahui nilai $\text{sig} < \alpha$ (0,05) dengan arah koefisien positif. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol perilaku persepsian (perceived behavior control) berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan teknologi (behavioral intention to use), dengan demikian maka **hipotesis 2 (H2) diterima**.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil temuan pada penelitian ini bahwa *norm subjektif* dan kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan teknologi dalam hal ini adalah penggunaan sistem pembayaran virtual berupa Go-Pay dan Ovo pada sistem transportasi online yaitu G-Jek dan Grab. Banyak masyarakat yang sudah memakai kedua bentuk pembayaran tersebut, rata-rata mereka menggunakannya atas dasar saran atau pengaruh dari orang-orang sekeliling mereka.

Saran dan Implikasi

Keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, maka diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih luas mengenai *financial technology* yang sekarang memang sudah banyak digunakan oleh masyarakat. Bisa juga dengan menambah tahun penelitian dan

mungkin dapat menggunakan teori lain dalam melakukan penelitian selanjutnya.

Implikasi pada penelitian ini bahwa pihak marketing atau pihak dari transportasi online sebaiknya melakukan sosialisasi mengenai penggunaan pembayaran *virtual* yakni Ovo dan Go-pay kepada masyarakat yang sudah menggunakan aplikasi transportasi online.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhiani, Lisa Noor. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Penggunaan Quipperschool.Com Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Of Planned Behavior (Tpb) Di Sma Negeri 7 Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Buletin APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). 2018. *Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.
- Damayanti, Slaudiya Anjani Septi. 2016. *Transportasi Berbasis Aplikasi Online: Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Surabaya*. *Jurnal Universitas Airlangga*.
- Jogiyanto. 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi : Yogyakarta
- Karim, Mustofa Abdul. 2018. *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek*. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.
- Nuary, Ficky Dima. 2010. *Implementasi Theory Of Planned Behavior Dalam Adopsi E Commerce Oleh Ukm (Studi Pada Ukm Yang Berada Di Kota Surakarta Tahun 2009)*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret.
- Romadhon, M. Nur. 2018. *Dampak Ojek Online Terhadap Kesejahteraan Sosial (Studi Kasus Pada Komunitas Independent Gojek Di Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Primasari, Dona. 2018. *Akuntansi Keperilakuan : Konsep Dann Teori Empiris Dalam Riset Akuntansi*. Penulis Muda : Banyumas
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Andi: Yogyakarta
- Syafrino, Aprima. 2017. *Efisiensi Dan Dampak Ojek Online Terhadap Kesempatan Kerja Dan Kesejahteraan*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Wulandari, Cindi. 2016. *Analisa Tingkat Kepuasan Layanan TI (Studi Kasus Pada Aplikasi Gojek)*. *Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi ke-8 (SEMNASITK2016)*. Palembang.
- <https://www.gojek.com/> (diakses 17 Juni 2019, Pukul 17.56)
- <http://mangcara.com/sejarah-awal-berdirinya-gojek-hingga-jadi-ojol-terbesar/> (diakses 17 Juni 2019, Pukul 19.30)

<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>
(diakses pada Tanggal 19 Juni 2019, Pukul 08.15)

https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_%28aplikasi%29 (diakses pada Tanggal 19 Juni 2019, Pukul 11.27)