
PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DENGAN *CONCERN OF INFORMATION PRIVACY* SEBAGAI MODERATOR TERHADAP *INTENTION OF USE MOBILE PAYMENT* DI DKI JAKARTA

Oktavianus Ardian Hartono
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
ardian.hartono26@gmail.com

Masuk : 09-06-2021 , revisi : 03-07-2021 , diterima untuk diterbitkan : 05-07-2021

Abstract: The purpose of this research is to identify the effect of Perceived Ease of Use with Concern of Information Privacy as moderating variable towards Intention of Use Mobile Payment in DKI Jakarta. This research is descriptive and verificative. Data from 323 participants were collected through an online questionnaire using Google Form and analyzed by SmartPLS. The results show that Perceived Ease of Use positively affects a user's Intention of Use and there is no significant relation between Perceived Ease of Use and Intention of Use when moderated by Concern of Information Privacy (CFIP).

Keywords: Technology Acceptance Model, Perceived Ease of Use, Fintech, Mobile Payments, Concern of Information Privacy

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *Perceived Ease of Use* dengan *Concern of Information Privacy* sebagai moderator terhadap *Intention of Use Mobile Payment* di DKI Jakarta. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Data dari 323 partisipan didapatkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form dan dianalisis menggunakan SmartPLS. Hasil pengujian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara *Perceived Ease of Use* dan *Intention of Use* dan tidak ada hubungan signifikan antara *Perceived Ease of Use* dan *Intention of Use* ketika dimoderasi oleh *Concern of Information Privacy* (CFIP).

Kata Kunci: Technology Acceptance Model, *Perceived Ease of Use*, Fintech, Mobile Payments, *Concern of Information Privacy*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Financial Technology (Fintech) berkembang dengan cepat di era revolusi industri 4.0. Jumlah *Fintech* di Indonesia menempati posisi kedua terbanyak di antara negara ASEAN lainnya (Ardela, 2017). Indonesia memang merupakan potensi pasar yang sangat besar bagi pertumbuhan *Fintech*. Salah satunya adalah *mobile payment* yang merupakan bagian dari *Fintech* yang berkembang dengan pesat seperti aplikasi GoPay, Dana, OVO, LinkAja, dan lainnya.

Terlepas dari perkembangan *Fintech* di Indonesia yang sudah terjadi hingga saat ini dan adanya peluang besar untuk perkembangan di masa yang akan datang, Indonesia masih harus tetap memperbaiki diri agar dapat mengembangkan *Fintech* dengan lebih baik lagi. Berdasarkan laporan IMD World Competitiveness Center Team (2021) yang mengukur kekuatan dan kesiapan 63 negara dalam mengadopsi teknologi digital untuk mengubah ekonomi dan sosial negara, Indonesia menempati posisi 10 terendah tepatnya di posisi ke-56 dalam hal kekuatan dan kesiapan dalam pengadopsian teknologi digital.

Di Indonesia, layanan pembayaran (*payment*) yang disediakan oleh *Fintech* merupakan layanan yang banyak diminati. Layanan ini biasa disebut juga dengan istilah *mobile payment*. MDI Ventures dan Mandiri Sekuritas merilis sebuah riset berjudul "Mobile Payments in Indonesia: Race to Big Data Domination" menunjukkan bahwa penetrasi *smartphone* di Indonesia pada tahun 2012 sampai dengan 2017 sebesar 110%, sedangkan penetrasi *mobile*

payments pada tahun 2012 sampai dengan 2017 hanya sebesar 35% (Agusta & Hutabarat, 2018). Selain itu berdasarkan Sengupta dan Sahay (2017), sebanyak 73 persen penduduk Indonesia masih lebih menyukai transaksi tunai. Belum lama ini Indonesia dihebohkan pula dengan kasus peretasan data pengguna Tokopedia (Antara, 2020). Ketua Asosiasi E-commerce Indonesia, Ignatius Agung mengungkapkan bahwa peretasan ini akan menurunkan kepercayaan konsumen terhadap layanan digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh *Perceived Ease of Use* dengan *Concern of Information Privacy* sebagai Moderator terhadap *Intention of Use Mobile Payment* di DKI Jakarta”.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap *Intention of Use*.
2. *Concern of Information Privacy* dapat berperan pada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* dan *Intention of Use*.
3. *Concern of Information Privacy* memiliki pengaruh terhadap *Intention of Use*.

TINJAUAN PUSTAKA

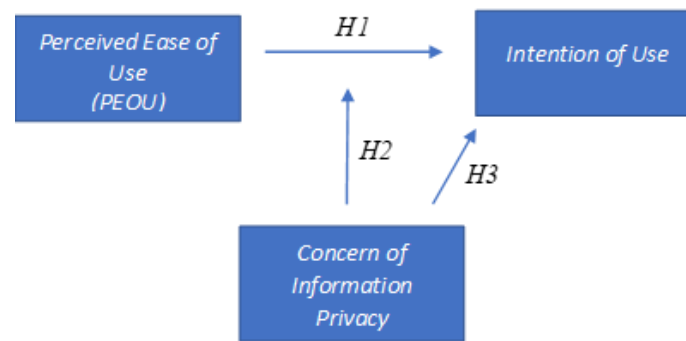
Teori Technology Acceptance Model (TAM) yang merupakan pengembangan dari model Theory of Reasoned Action (TRA) yang difokuskan untuk melihat penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi yang disusun oleh Davis (1989). TAM dapat menjelaskan tingkat penerimaan teknologi informasi yang ditentukan oleh enam faktor yaitu faktor eksternal, persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi (*Perceived Ease of Use*), persepsi pengguna terhadap kegunaan teknologi (*Perceived Usefulness*), sikap pengguna terhadap teknologi (*Attitude toward Using*), niat pengguna untuk menggunakan teknologi (*Behaviour Intention*), dan pemakaian aktual (*Actual Usage*).

Davis (1989) menyebutkan bahwa ketika sebuah sistem mudah digunakan (*Perceived Ease of Use*) maka akan membuat seseorang memiliki keinginan yang tinggi (*Behaviour Intention*) untuk menggunakannya. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Bailey et al. (2020) dan Kurniawati (2017) menemukan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*.

Kekhawatiran terhadap kemampuan individu melindungi informasi pribadi mereka disebut dengan *Concern of Information Privacy* (CFIP). Smith et al. (1996) mengembangkan pengukuran mengenai CFIP yang diukur melalui empat dimensi: (1) *Collection*, persepsi individu apakah data dikumpulkan dan disimpan dengan baik, (2) *Unauthorized Secondary Use*, rasa khawatir individu akan apakah data yang dikumpulkan digunakan untuk tujuan lainnya tanpa persetujuannya, (3) *Improper Access*, rasa khawatir individu akan apakah data yang dikumpulkan dapat dilihat oleh pihak yang tidak berwenang, dan (4) *Errors*, rasa khawatir individu akan apakah data yang dikumpulkan dilindungi dari kesalahan yang disengaja atau tidak disengaja.

Concern of Information Privacy dapat digunakan untuk melihat kekhawatiran individu terhadap kemampuannya untuk melindungi informasi pribadi mereka. Sebuah studi oleh Im et al. (2008) dalam Tan et al. (2012) menyebutkan bahwa *Perceived Ease of Use* akan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap *Intention of Use* pada kelompok pengguna yang memiliki *Concern of Information Privacy* yang tinggi dibandingkan dengan yang rendah. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Featherman dan Fuller (2003) dalam Tan et al. (2012) menemukan bahwa pengaruh dari *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention of Use* akan menghilang seiring dengan meningkatnya *Concern of Information Privacy*.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan data kuantitatif. Data diambil menggunakan teknik survei. Data dari partisipan dikumpulkan secara daring melalui kuesioner di Google Form. Populasi dari penelitian ini adalah para pemilik rekening bank yang menggunakan aplikasi *mobile payment* dan tinggal di DKI Jakarta. Hal yang diukur adalah *Perceived Ease of Use* dan *Intention of Use*. Sampel responden dipilih dengan menggunakan metode non-probability sampling. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan *software* Partial Least Square (PLS).

HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil dari penelitian PLS terdiri dari *outer model* dan *inner model*. *Outer model* pada penelitian ini menggunakan indikator reflektif, *outer model* dievaluasi menggunakan convergent validity dan discriminant validity dari indikator dan composite reliability dari blok indikator. Loading factor dapat diterima apabila nilai menunjukkan > 0.7, sedangkan untuk Average Variance Extracted (AVE) dapat diterima apabila nilai menunjukkan > 0.5. (Hair et al., 2014), cross loading factor pada konstruk yang dituju harus lebih tinggi/besar dibandingkan nilai konstruk yang lain, dan data yang memiliki nilai composite reliability > 0.7 dinyatakan dapat diterima (Hair et al., 2014). Nilai Goodness Fit Model dalam penelitian ini adalah 0.847 yang berarti tingkat kesesuaian dan kelayakan model penelitian ini dinyatakan besar (Ghozali & Latan, 2015).

Hasil uji validitas SmartPLS menyatakan bahwa indikator pernyataan pada outer loading dan cross loading dinyatakan valid. Standar pengukuran AVE pada seluruh variabel *Perceived Ease of Use*, *Concern of Information Privacy*, dan *Intention of Use Mobile Payment* dinyatakan *valid* dengan nilai masing masing sebesar 0.70, 0.871, dan 0.659 yang memenuhi syarat kelayakan AVE yaitu > 0.5. Hasil uji reliabilitas pada nilai composite reliability menunjukkan variabel *Perceived Ease of Use*, *Concern of Information Privacy*, dan *Intention of Use Mobile Payment* dinyatakan reliabel dengan nilai masing masing sebesar 0.933, 0.964, dan 0.852 yang memenuhi syarat kelayakan composite reliability yaitu > 0.7. R-square pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Intention of Use Mobile Payment* dapat dijelaskan oleh *Perceived Ease of Use* dan *Concern of Information Privacy* sebesar 50.7 %.

Suatu variabel dinyatakan signifikan apabila nilai t-statistiknya minimal 1.96 dan p-valuenya lebih kecil dari nilai alpha 0.05.

Tabel 1
Tabel Uji Hipotesis

Variable	Original Sample	T-Statistic	P Values
Perceived Ease of Use -> Intention of Use Mobile Payment	0.380	4.675	0.000
Concern of Information Privacy-> Intention of Use Mobile Payment	0.170	2.993	0.003
Efek Moderasi Perceived Ease of Use	0.129	1.534	0.126

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti, 2021

Hasil bootstrapping menunjukkan *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Intention of Use Mobile Payment*, *Concern Of Information Privacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Intention of Use Mobile Payment*, dan moderasi *Concern of Information Privacy: Perceived Ease of Use* terhadap *Intention of Use Mobile Payment* tidak memiliki pengaruh.

H₁ : *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *intention of use mobile payment*.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, pada variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention of Use Mobile Payment* mendapatkan hasil nilai original sample 0.380, *t*-statistic yaitu 4.675 dan nilai *p*-values 0.000, maka H₁ tidak ditolak. Hasil penelitian ini searah dengan penelitian Bailey et al. (2020), Kim et al. (2015), dan Kurniawati (2017). Seorang yang memiliki informasi kemudahan dari aplikasi teknologi keuangan akan memanfaatkannya dalam kehidupan sehari-hari.

H₂ : *Concern of information privacy* memberikan pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention of use mobile payment*.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, pada variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention of Use Mobile Payment* yang dimoderasi oleh *Concern Of Information Privacy* yang mendapatkan hasil nilai original sample 0.129, *t*-statistic yaitu 1.534, dan nilai *p*-values 0.126, yang berarti nilai awal *Perceived Ease of Use* adalah 0.380 namun dengan adanya moderasi oleh *Concern of Information Privacy* menjadi 0.129, yang berarti *concern of information privacy* melemahkan *perceived ease of use* terhadap *intention of use mobile payment*, namun moderasi ini tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak searah dengan penelitian Tan et al. (2012) yang menyatakan bahwa *concern of information privacy* memberikan efek melemahkan dan signifikan kepada *perceived ease of use* terhadap *intention of use mobile payment*.

H₃ : *Concern of information privacy* memiliki pengaruh terhadap *intention of use mobile payment*.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, pada variabel *Concern of Information Privacy* terhadap *Intention of Use Mobile Payment* yang mendapatkan hasil nilai original sample 0.170 (Positif), *t*-statistic yaitu 2.993 dan nilai *p*-values 0.003, maka H₃ ditolak. Hasil penelitian ini tidak searah dengan penelitian Palanisamy (2014) yang menyatakan bahwa *concern of information privacy* memberikan efek negatif terhadap *intention of use mobile payment*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, J., & Hutabarat, K. (2018). *Mobile payments in Indonesia: Race to big data domination*. <https://www.mdi.vc/mobilepaymentindonesia.pdf>
- Antara, A. M. (2020). *Kasus Tokopedia dan perlunya UU perlindungan data pribadi* (A. Saubani (ed.)). *Republika.co.id*. <https://www.republika.co.id/berita/q9t9o7409/kasus-tokopedia-dan-perlunya-uu-perlindungan-data-pribadi>
- Ardela, F. (2017). *Inilah perkembangan fintech di Indonesia, semakin pesat!* *Finansialku.com*. <https://www.finansialku.com/perkembangan-fintech-di-indonesia/>
- Bailey, A. A., Pentina, I., Mishra, A. S., & Ben Mimoun, M. S. (2020). Exploring factors influencing US millennial consumers' use of tap-and-go payment technology. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 30(2), 143–163. <https://doi.org/10.1080/09593969.2019.1667854>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Featherman, M., & Fuller, M. (2003). Applying TAM to e-services adoption: The moderating role of perceived risk. *Proceedings of the 36th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS 2003*. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2003.1174433>

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Im, I., Kim, Y., & Han, H. J. (2008). The effects of perceived risk and technology type on users' acceptance of technologies. *Information and Management*, 45(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.im.2007.03.005>
- IMD World Competitiveness Center Team. (2021). IMD World digital competitiveness ranking 2021. In *IMD World Competitiveness Center*. https://www.imd.org/globalassets/wcc/docs/release-2021/digital_2021.pdf
- Kim, Y., Park, Y.-J., Choi, J., & Yeon, J. (2015). An empirical study on the adoption of “Fintech” service: Focused on mobile payment services. *Advance Science and Technology Letters*, 114, 136–140. <https://doi.org/10.14257/astl.2015.114.26>
- Kurniawati, S. (2017). Analisis pengaruh perceived compatibility, individual mobility, dan driver's factor dari attitude towards use serta implikasinya pada intention to use: Telaah pada calon pengguna aplikasi Onesmile di BSD City. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 55–67. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v9i1.597>
- Palanisamy, R. (2014). The impact of privacy concerns on trust, attitude and intention of using a search engine: An empirical analysis. *International Journal of Electronic Business*, 11(3), 274–296. <https://doi.org/10.1504/ijeb.2014.063032>
- Sengupta, S., & Sahay, A. (2017). Social entrepreneurship research in Asia-Pacific: perspectives and opportunities. *Social Enterprise Journal*, 13(1), 17–37. <https://doi.org/10.1108/sej-11-2016-0050>
- Smith, H. J., Milberg, S. J., & Burke, S. J. (1996). Information privacy: Measuring individuals' concerns about organizational practices. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 20(2), 167–195. <https://doi.org/10.2307/249477>
- Tan, X., Qin, L., Kim, Y., & Hsu, J. (2012). Impact of privacy concern in social networking web sites. *Internet Research*, 22(2), 211–233. <https://doi.org/10.1108/10662241211214575>