

PERCEPTIONS OF USEFULNESS AND PERCEPTIONS OF EASINESS TO EMPLOYEES INTEREST IN USING FINTECH

Sri Mulyati¹, Bambang Sugiharto², Prini Nurtina Dewi³

^{1, 2, 3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja
srimulyati@stiesa.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 01 September 2020
Tgl. Diterima : 29 Swptember 2020
Tersedia Online : 29 September 2020

Keywords:

Usability, Ease, Interest in using, FinTech

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of perceived usefulness and perceived convenience on the interests of Lima Motor Subang employees in using fintech. The population used in this study were employees of Lima Motor Subang, with sample selection techniques using saturated sampling, and obtained 47 respondents. Data testing used in this research is multiple regression analysis, then to test the hypothesis using the F test, t test and the coefficient of determination (R²) with SPSS software version 22.0. The results of this study indicate that the variable of perceived usefulness and perceived convenience both partially and simultaneously affect the interest in using fintech.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat dan didukung oleh penguatan infrastuktur teknologi membawa kita masuk ke era digitalisasi. Masuknya era digital, hampir semua data yang kita butuhkan ada di internet sehingga kita bisa melakukan aktivitas dengan cepat, akurat dan tentunya lebih mudah. Inovasi perkembangan teknologi dan kecerdasan tidak lepas mempengaruhi industri keuangan dan tata kelola. Munculnya *financial technology (fintech)* dalam berbagai *platform* kini dirasakan oleh masyarakat (Elshabyta, 2018). Menurut Bank Indonesia, *financial technology* atau lebih dikenal dengan istilah *fintech* itu adalah hasil gabungan dari jasa keuangan dengan teknologi dan akhirnya mengubah gaya bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya sistem pembayaran dilakukan dengan bertatap muka dengan membawa sejumlah uang kas, kini bisa dilakukan transaksi jarak jauh dan dilakukan dalam hitungan detik.

Fintech merupakan sebuah layanan keuangan digital dimana membayar tanpa harus ada bentuk fisik, layanan inilah yang akan mengubah sistem pembayaran secara tunai dan konvensional dalam masyarakat. Keberadaan dan aplikasi pengguna *fintech* di Indonesia harus tetap berkembang baik dari sisi pemerintah maupun masyarakat (Elshabyta, 2018). Seiring dengan perkembangan teknologi, *fintech* menjadi solusi yang menjadi tren dunia. *Crowdfunding* menjadi solusi simpan pinjaman populer di berbagai negara maju. *Epayment* menjadi salah satu solusi atau bentuk yang berkembang dan banyak diminati, tentunya berbagai keuntungan yang telah diperoleh dari solusi *epayment* di Indonesia karena pengguna merasakan kemudahan dalam bertransaksi, mudah dipelajari dan lebih efisien (Junadi & Sfenrianto, 2015).

Electronic Payment (Epayment) atau pembayaran elektronik yaitu suatu pembayaran yang dilaksanakan secara

elektronik. Didalam pembayaran elektronik uang disimpan, diproses dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya melalui alat pembayaran elektronik. Pembayaran secara tradisional dilakukan melalui uang tunai, cek atau kartu kredit sedangkan pembayaran elektronik dilakukan menggunakan *software* tertentu, kartu pembayaran dan uang elektronik. Komponen-komponen utama dari sistem pembayaran elektronik anatara lain; aplikasi pemindahan uang, infrastuktur jaringan, peraturan dan prosedur yang memerintah kegunaan dari sistem tersebut (Deni, 2008).

Tidak di pungkiri bahwa karyawan adalah salah satu golongan yang sebagian besar menggunakan produk *fintech* pada jenis *epayment*, begitu juga karyawan Lima Motor Subang. Karyawan adalah segment pasar yang potensial sebagai pengguna *epayment*, karena beberapa alasan. Pertama, karyawan saat ini sebagian besar akrab dengan teknologi. Kedua, mobilitas karyawan yang memerlukan transportasi berbasis *epayment* relatif tinggi (*Grab*, *Go-jek* dan lain-lain). Pada dasarnya sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada pengguna pasti akan diterima dengan baik. Semakin pengguna merasa bahwa *fintech* bermanfaat maka *fintech* akan semakin sering digunakan. Begitu juga sebaliknya, apabila pengguna menganggap *fintech* kurang bermanfaat maka pengguna akan cenderung mengabaikan *fintech* tersebut. Sebuah sistem yang dianggap rumit biasanya tidak akan digunakan oleh penggunanya, padahal tolak ukur penerimaan sebuah sistem dilihat dari penggunaanya. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan (Irmadhani, Mahendra 2012).

(Yaumil, 2017) seseorang akan menilai apabila sesuatu bermanfaat untuk dirinya maka disaat itulah dia akan berminat untuk menggunakan dan akan mendapat kepuasan. Minat bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kemanfaatan dan kemudahan. Menurut Davis, Bagozzi, Warshaw (1989) menyatakan bahwa persepsi manfaat mempunyai dampak langsung terhadap tujuan pengadopsian suatu teknologi, sedangkan persepsi kemudahan pengguna mempunyai dampak langsung maupun tidak langsung terhadap tujuan pengadopsian melalui persepsi manfaat. Sedangkan menurut Jogiyanto, (20017) pengguna sistem akan menggunakan sistem tersebut jika bermanfaat, baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan. Sedangkan menurut Khoirul Basyar, Sanaji (2016) persepsi manfaat merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya.

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan penggunanya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaanya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan berkerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual (Hadi dan Novi, 2015). Sedangkan menurut Pengukuran persepsi kemudahan mengadaptasi dari penelitian Pavlou (2003) dalam Sanaji (2016) yaitu situs yang jelas dan dapat dimengerti, tidak memerlukan usaha yang berlebih, mudah menemukan informasi yang dibutuhkan dan mudah untuk digunakan. Setiap teknologi diciptakan untuk mempermudah aktivitas individu, tentu saja kehadiran *fintech* ini juga mempermudah karyawan dalam

aktivitasnya. Seperti pada PD Lima Motor Subang, banyak dari karyawannya sudah menggunakan produk *fintech*. Berdasarkan hasil penelitian sekitar 82,9% karyawan PD Lima Motor Subang telah menggunakan produk *fintech*. Penelitian ini dilakukan pada karyawan PD Lima Motor Subang, untuk melihat bagaimana persepsi karyawan terhadap penggunaan *fintech*. karena meskipun hampir semua karyawan PD Lima Motor Subang ini sudah menggunakan produk *fintech*, ternyata masih ada juga karyawan yang belum menggunakan produk *fintech*, karena merasa masih kesulitan dalam menggunakan aplikasi dari produk *fintech* dan pengguna teknologi lebih cenderung menggunakan *smartphone* nya untuk games online atau menonton sesuatu yang tidak bermanfaat dan hal semacamnya untuk sesuatu yang tidak jelas.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengertian *Fintech* yang dijabarkan oleh *National Digital Research Centre* (NDRC) yaitu istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi dibidang jasa finansial yang mengacu pada inovasi financial dengan sentuhan teknologi modern. *Fintech* merupakan salah satu bentuk penerapan teknologi informasi dibidang keuangan dengan muncul berbagai model keuangan baru dimulai pertama kali pada tahun 2004 oleh Zopa, yaitu *institusi* keuangan yang berada di Inggris yang menjalankan jasa peminjaman uang. Beberapa usaha *fintech* yang ada seperti ; (1) *Crowdfunding dan Peer To Peer Lending*; (2) *Payment, Clearing dan Settlement*; (3) **Market Aggregator**; (4) Manajemen Risiko dan Investasi.

Di Indonesia banyak perusahaan *startup* yang memakai jasa layanan

FinTech dan berbasis teknologi digital seperti seperti *Gojek, Grab, dan Uber*. Di Indonesia *FinTech* di kenal lebih baik jika dibandingkan dengan bisnis konvensional yang memiliki citra yang biasa saja dan tidak efisien. Usaha *fintech* juga menggunakan data dari sosial media, seperti aktivitas sosial media yang dapat dijadikan bagian dari analisis resiko. *Fintech* adalah sebagai solusi bagi masyarakat khususnya generasi milenial, kehadiran *fintech* bukanlah sebagai penantang terhadap bidang perbankan.

Oleh karena itu minat menggunakan *fintech* dalam memenuhi kebutuhan semakin berkembang dikalangan masyarakat terutama kaum milenial. Minat muncul dari masing-masing individu ketika dihadapkan pada beberapa pilihan mengenai benda, aktivitas atau hal tertentu untuk kemudian menentukan satu untuk pilihannya, Yaumil (2017). Sedangkan menurut Hu et al (1999) dalam Ari (2013) minat menggunakan merupakan suatu keinginan seseorang untuk tetap menggunakan suatu barang tersebut. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengetahui minat perilaku adalah sebagai berikut : (1) Niat untuk menggunakan; (2) Kecenderungan untuk menggunakan; (3) Prediksi melanjutkan untuk menggunakan dimasa depan; (4) Niat untuk menggunakan di masa depan.

Teori yang mendasari penelitian ini adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Daviz, Bagozzi & Warshaw (1989) menyebutkan Untuk mengetahui tingkat penerimaan sebuah teknologi baru di masyarakat dilakukan salah satunya dengan model TAM yang sudah umum digunakan untuk mengukur perilaku penerimaan terhadap suatu teknologi baru. TAM adalah pengembangan dari TRA (*Theory Reasoned Action*) yang sebenarnya fokus kajiannya adalah pada perilaku *psikologis* seseorang terhadap

suatu objek. Model klasik TAM menggunakan faktor sikap pada beberapa variabel yaitu : (1) Kemudahan dalam pengguna; (2) Kemanfaatan.

Menurut Davis dalam Rithmaya (2016) Manfaat adalah suatu ukuran dimana pengguna suatu teknologi dipercaya akan mendapatkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Kemampuan subjektif pengguna dimasa yang akan datang dimana dengan menggunakan sistem aplikasi yang *spesifik* akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Persepsi kemanfaatan diukur melalui indikator seperti : (1) Meningkatkan kinerja pekerjaan; (2) Menjadikan pekerjaan lebih mudah; (3) Keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat. Yahyapor (2008) menambahkan bahwa persepsi kemanfaatan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut : (1) Meningkatkan produktivitas; (2) Menjadikan kerja lebih efektif; (3) Serta pekerjaan lebih cepat.

Persepsi kemudahan seperti yang dikemukakan oleh Wibowo (2006) menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan pengguna sebuah teknologi didefinisikan sebagai salah satu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Sedangkan menurut Vankatesh dan Davis (2002) dalam Widiyanto dan Prasilowati (2015) menyebutkan bahwa kemudahan merupakan persepsi seseorang yang tidak direpotkan dengan berbagai kegiatan lain dalam melakukan transaksi.

Menurut Vankatesh dan Davis (2000) dalam Widiyanto dan Prasilowati (2015), indikator kemudahan meliputi: (1) Teknologi informasi mudah untuk dipelajari (*easy to learn*); (2) Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah

apa yang diinginkan pengguna; (3) Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi; (4) Teknologi sangat mudah untuk dioperasikan.

Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech*

Davis (1989) mendefinisikan kemanfaatan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Davis (1989) juga membuktikan bahwa manfaat mempunyai hubungan yang kuat dan konsisten dengan penerimaan teknologi informasi dibandingkan dengan variabel lain. Hasil penelitian Penelitian Rurie Wiedya Rahayu (2018) menunjukkan bahwa Persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *go pay*. Ini berarti pula bahwa semakin dirasa bermanfaat maka penggunaan *go pay* akan semakin meningkat. Demikian pula dapat berlaku bagi penggunaan *fintech*, semakin seseorang merasakan manfaatnya maka penggunaan *fintech* akan semakin meningkat. Dari penelitian terdahulu tersebut maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1: Persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan *Fintech*.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan *Fintech*

Vankatesh dan Davis (2000) mengemukakan bahwa kemudahan merupakan persepsi seseorang yang tidak direpotkan dengan berbagai kegiatan lain dalam melakukan transaksi. Maka seseorang akan cenderung untuk lebih berminat pada suatu produk tersebut apabila produk tersebut tidak merepotkan

dalam penggunaannya. Wang (2002) menemukan bahwa kemudahan penggunaan merupakan variabel terkuat dalam menentukan minat seseorang. Hasil penelitian Muhammad Wildan (2019) menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech*. Hal ini dapat diartikan bahwa ketika penggunaan fintech dirasa semakin mudah bagi seseorang, maka akan semakin sering baginya menggunakan fintech. Dari penelitian terdahulu tersebut maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan *Fintech*.

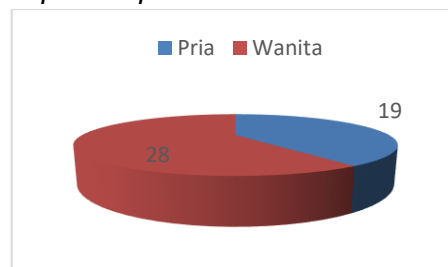
METODOLOGI PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, sumber data yang digunakan yaitu data primer, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Populasi pada penelitian ini yaitu karyawan Lima Motor Subang, teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh dan diperoleh 47 responden.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yang terdiri dari persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan, sedangkan variabel dependennya adalah minat menggunakan *fintech*. Teknik analisis data yang dilakukan dengan tahapan sebagai berikut : analisis statistic deskriptif, uji normalitas, uji outlier, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan analisis regresi berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

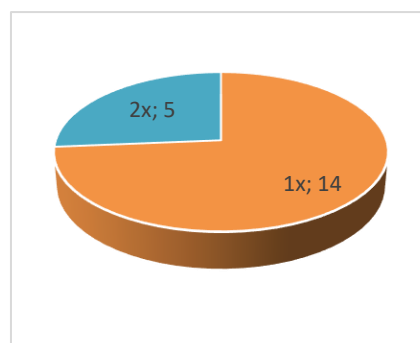
Deskripsi Responden



Bagan 1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : data diolah 2019

Berdasarkan data di atas bahwa jumlah responden pria dari total keseluruhan responden adalah 19 orang atau 40,43% sedangkan jumlah responden wanita adalah sebanyak 28 orang atau 59,57%.

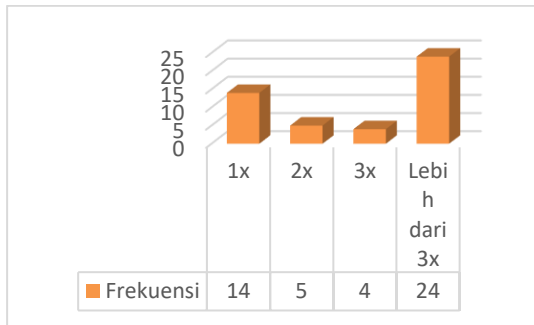


Bagan 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Fintech.

Sumber : data diolah 2019

Berdasarkan data di atas bahwa jumlah responden yang pernah menggunakan **fintech** adalah 39 Karyawan Lima Motor Subang atau 82,98% dari total keseluruhan responden, sedangkan jumlah responden yang belum pernah menggunakan adalah sebanyak 8

Karyawan Lima Motor Subang atau 17,02% dari total keseluruhan responden.

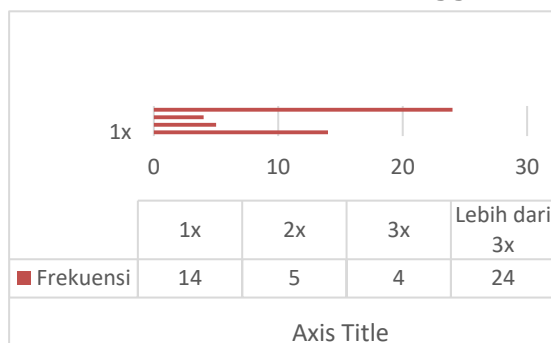


Bagan 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Keperluan Pengguna

Sumber : data diolah 2019

Berdasarkan data di atas bahwa jumlah responden yang menggunakan Fintech dengan keperluan Pembayaran adalah 36 Karyawan Lima Motor Subang atau 76,60% dari total keseluruhan responden, responden yang menggunakan Fintech dengan keperluan Pinjaman Uang adalah 2 Karyawan Lima Motor Subang atau 4,26% dari total keseluruhan responden responden yang menggunakan Fintech dengan keperluan Trading Saham adalah 2 Karyawan Lima Motor Subang atau 14,89% dari total keseluruhan responden, responden yang menggunakan Fintech dengan keperluan Lainnya adalah 7 Karyawan Lima Motor Subang atau 14,89% dari total keseluruhan responden,

Bagan 4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Pengguna



Berdasarkan data diatas bahwa jumlah responden yang menggunakan Fintech dengan Frekuensi 1x adalah 14 Karyawan Lima Motor Subang atau 29,79% dari total keseluruhan responden, responden yang menggunakan Fintech dengan Frekuensi 2x adalah 5 Karyawan Lima Motor Subang atau 10,64% dari total keseluruhan responden, responden yang menggunakan Fintech dengan Frekuensi 3x adalah 4 Karyawan Lima Motor Subang atau 8,51% dari total keseluruhan responden, sedangkan responden yang menggunakan Fintech dengan Frekuensi lebih dari 3x adalah 24 Karyawan Lima Motor Subang atau 51,06% dari total keseluruhan responden

Tabel 2. Analisis Linier Berganda

Sumber : data diolah,2019.

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-.074	1.581		-.047	.963
X1	.279	.080	.487	3,512	.001
X2	.270	.093	.402	2,894	.006
F -Value					56,164
Prob (F)					.000 ^b
Adjusted R ²					0,706

a. Dependent Variable: Y

Hasil Pengujian Hipotesis

Setelah melalui serangkaian pengujian, semua variabel dalam penelitian ini memenuhi hasil uji validitas dan reliabilitas. Berikut ini merupakan hasil

untuk regresi berganda untuk membuktikan adanya pengaruh atau tidak adanya pengaruh dari variabel persepsi kebermanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan minat menggunakan *fintech* (Y).

Berdasarkan dari tabel hasil analisis regresi berganda menghasilkan koefisien untuk variabel bebas adalah $X1 = 0,279$ dan $X2 = 0,270$, dengan konstanta $-0,074$. Maka dari itu dapat dihasilkan persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: $Y = -0,074 + 0,279 X1 + 0,270 X2 + e$

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,706 yang menandakan bahwa variabel independen hanya 70,6% mempengaruhi variabel dependen, sedangkan sisanya yaitu sebesar 29,4% pengaruh dari faktor lain diluar model regresi. Standar Error dalam penelitian ini sebesar 1,581. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari kesalahan pengganggu atau nilai-nilai dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model persamaan regresi adalah sebesar 1,581.

Persepsi Kebermanfaat berpengaruh terhadap minat karyawan dalam menggunakan fintech.

Dari hasil pengujian statistik t Persepsi Kebermanfaatan memiliki nilai signifikan t_{hitung} sebesar 0,001. Dari hasil uji statistik t pada persepsi kebermanfaatan nilai signifikan t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,279, sedangkan t_{hitung} 3,512 lebih besar dari t_{tabel} 2,015. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech*.

Hal ini dapat diartikan bahwa semakin banyak manfaat yang diperoleh dan dirasakan karyawan Lima Motor

Subang maka semakin meningkatkan minat mereka untuk menggunakan *Fintech*, begitu pula sebaliknya semakin sedikit manfaat yang mereka peroleh dan mereka rasakan saat menggunakan *Fintech* maka akan semakin menurunkan minat mereka untuk menggunakan *Fintech*. Manfaat penggunaan terhadap minat menggunakan *Fintech* menekankan pada anggapan tentang manfaat yang akan diterima dalam penggunaan teknologi informasi tersebut. Manfaat berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas kegunaan *Fintech* terutama jenis layanan keuangan *epayment* untuk melakukan suatu kegiatan transaksi pembayaran. Dengan demikian jika seseorang merasa bahwa *Fintech* bermanfaat bagi dirinya maka orang tersebut akan semakin berminat untuk menggunakannya, dan apabila merasa bahwa *fintech* tidak memberikan manfaat bagi dirinya, maka orang tersebut tidak akan menggunakan *fintech*.

Dari hasil pengujian hipotesis diketahui variabel manfaat mempunyai pengaruh yang paling dominan dibandingkan variabel kemudahan terhadap minat Menggunakan *Fintech*. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas karyawan akan lebih berminat menggunakan *Fintech* dikarenakan manfaat yang mereka rasakan dan mereka peroleh dibandingkan kemudahan menggunakan *Fintech*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Wildan (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech*. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Davis (1989) yang membuktikan bahwa manfaat mempunyai hubungan yang kuat dan konsisten dengan penerimaan teknologi informasi dibandingkan dengan variabel lain. Karyawan yang telah merasakan

bahwa penggunaan *Fintech* pada jenis *epayment* mampu menambah tingkat produktifitas, meningkatkan efektifitas, sehingga dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan *Fintech* merupakan sistem yang bermanfaat bagi karyawan akan mendorong karyawan untuk meningkatkan penggunaan *Fintech*. Implikasinya adalah *Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat karyawan dalam menggunakan fintech*. Dari hasil pengujian statistik t Persepsi Kemudahan memiliki nilai signifikan t_{hitung} sebesar 0,006. Dari hasil uji statistik t pada persepsi kemudahan nilai signifikan t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,270 sedangkan t_{hitung} 2,894 lebih besar dari t_{tabel} 2,015. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Fintech*.

Hal ini dapat diartikan bahwa semakin besar kemudahan yang diperoleh karyawan Lima Motor Subang maka semakin meningkatkan minat mereka untuk menggunakan *Fintech*, begitu pula sebaliknya semakin sedikit kemudahan yang mereka peroleh saat menggunakan *Fintech* maka akan semakin menurunkan minat mereka untuk menggunakan *Fintech*.

Hal ini sesuai dengan pendapat Venkatesh dan Davis (2000) seperti yang dikutip Hanafi dkk (2012) dalam penelitiannya dimana persepsi kemudahan menimbulkan percaya diri dan rasa aman dalam aktivitasnya sehingga seseorang bersedia meningkatkan penggunaan. Semakin mudah persepsi mahasiswa dalam menggunakan website UB semakin besar tingkat percaya dirinya untuk menggunakannya. membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut: Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti, tidak

dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, sistem mudah digunakan, dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Herlambang, Dewayanti (2018) bahwa kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi juga menjadi perhatian bagi penggunaannya. Karena aplikasi yang bersifat user friendly dapat membuat pengguna merasa nyaman untuk mengoperasikannya.

Hasil penelitian Adiyanti (2015) juga memberikan bukti empiris bahwa kemudahan penggunaan teknologi produk baru akan mempengaruhi minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan emoney. Semakin mudah dalam menggunakan teknologi baru maka minat seseorang dalam menggunakan produk baru akan semakin bertambah. Dikarenakan ketika produk baru mudah digunakan maka pengguna tidak perlu mempelajari lebih mendalam yang dapat membuang waktu dan tenaga mereka, sehingga kemudahan penggunaan akan berpengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi minat seseorang.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat karyawan dalam menggunakan *Fintech*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin bermanfaat dan semakin mudah maka minat karyawan dalam menggunakan *Fintech* akan meningkat.

Implikasinya dari hasil penelitian ini bahwa dikemudian hari seiring dengan peningkatan penggunaan layanan produk *fintech* dikalangan masyarakat, maka harus dibarengi pula dengan perkembangan teknologi dan informasi

yang dapat memberikan kemudahan dan manfaat dalam penggunaan layanan produk *fintech* tersebut. Hal ini juga memungkinkan munculnya persaingan dikalangan pemilik aplikasi untuk terus berupaya memberikan layanan melalui fasilitas-fasilitas yang dapat ditawarkan melalui aplikasinya, sehingga masyarakat dapat dengan mudah menggunakan layanan produknya, dan menerima manfaat yang lebih dari apa yang mereka harapkan. Selain itu masyarakat juga harus lebih bijak dalam menggunakan *fintech*.

Adapun saran yang dapat disampaikan adalah diharapkan bagi pengembang *Fintech* dapat meningkatkan lagi aplikasi dari produk *Fintech* agar pengguna dapat menikmati produk *Fintech* tanpa kesulitan dan tanpa rasa takut dalam menggunakan *Fintech*. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam pengembangan *Fintech* di lingkungan kerja dan dapat mengembangkan penelitian ini menggunakan faktor-faktor lain selain dalam penelitian ini yang mempengaruhi minat dalam menggunakan *Fintech*.

REFERENCES

- Amalia Siti Nur Annisa (2018) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap *Fintech* Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran (Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Dan *Theory Of Planned Behavior* (TPB)).
- Arief Wibowo. (2006). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Diambil dari: <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibo>
- wo.pdf, pada tanggal 15 Agustus 2019
- Ari, D. P. S. (2013). Pengaruh *Technology Acceptance Model* dan Pengembangannya dalam perilaku Menggunakan *Core Banking System*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol 17, No. 2, Mei 2013
- Bambang Pratama, *Mengenal Lebih Dekat Financial Technology*, 2016.
- Bank Indonesia, Surat edaran No.18/22/DKSP "Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital" 2016.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Kedua*. Jakarta : Kencana. Hlm 72
- Davis, F.D. 1989. *Perceived usefulness, perceived Easy of Use, and User Acceptance of information Technology, MIS Quarterly*
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Elshabyta Auditya Bintarto, (2018) *Fintech dan cashless society: sebuah revolusi pendongrak ekonomi kerakyatan*.
- Hadi Syamsul, Novi. 2015 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. jurnal.fe.uad.ac.id/
- Hartono, Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Irmadhani, Mahendra Adhi, Nugroho. (2012) Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan *Computer Self Efficacy*, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E- 60 payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59(Iccsci), 214–220.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>
- Khoirul Basyar, Sanaji (2016) Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening
- Muchammad Fauzi, Metode Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm.167
- Rahayu, Rurie Wiedya (2018) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt.Gojek Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Sleman Dan Kota Yogyakarta)
- Rithmaya, Chitra Laksmi. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 16, No. 1, 160-177.
- Ricki Yulardi dan Zuli Nuraeni. (2017). “Statistika Penelitian”. Innosain:Yogyakarta.hlm. 93
- Rithmaya, Chitra Laksmi (2016) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B, Bandung: Alfabeta. 2011. Hlm.61.
- Umi Narimawati dan Dadang Munandar. (2008). “Teknik Sampling: Teori dan Praktik dengan menggunakan SPSS 15”. Gava Media:Yogyakarta. Hlm. 29
- Ventaketsh, & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. Vol. 46 No. 2: pp. 186- 504.
- Widiyanto, I dan Prasilowati, S.L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet, *JMK*, VOL, 17, No.2, September 2015, 109-112 DOI: 10.9744/jmk, 17.2.109-112 ISSN 1411-1438 print / ISSN 2338-8234.
- Wildan, Muhammad (2019) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)
- Yahyapor, Nina. (2008) Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System, Case of Iran, Thesis, Lulea University of Technology Division of Industrial Marketing and E-Commerce.
- Yaumil Sarah, Salekha. (2017) Pengaruh Kemanfaatan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Pay Bri (Studi Kasus Pada Bank Bri Cabang Slamet Riyadi