



Kemudahan penggunaan, *facilitating condition*, keamanan teknologi dan *compatibility* terhadap niat menggunakan pembayaran mobile di Indonesia

Muhammad Nurhuala Huddin, Martina Rahmawati Masitoh, Khairul Ikhsan
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Serang Raya, Banten, Indonesia

Abstract: *This study aims to examine ease of use, facilitating conditions, technology security and compatibility on attitude and examine its impact on intention to use mobile payment in the pandemic Covid-19 era. This study uses a quantitative approach and survey methods in data collection process. The population of this study are individuals who use mobile payment during the Covid-19 pandemic in Indonesia, especially Gopay, Dana, OVO, LinkAja and Shopeepay users. The sample in this study was taken using purposive sampling technique. We obtained 290 respondents and analyzed by using partial least square structural equation modeling (PLS-SEM). The results showed that ease of use, facilitating conditions and compatibility had a positive and significant effect on attitudes. Attitudes had a positive and significant effect on the intention to use mobile payment. This study did not find a significant effect of technology security on attitudes.*

Keywords: *Indonesia; m-payment; TAM; UTAUT*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh kemudahan penggunaan, facilitating condition, keamanan teknologi dan compatibility terhadap sikap dan menguji dampaknya terhadap niat menggunakan layanan pembayaran mobile di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei dalam proses pengumpulan data penelitian. Populasi penelitian ini adalah individu yang menggunakan layanan pembayaran mobile selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia khususnya pengguna Gopay, Dana, OVO, LinkAja dan Shopeepay. Sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data yang digunakan sebanyak 290 responden. Analisis data menggunakan partial least square structural equation modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, facilitating condition dan compatibility memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan layanan pembayaran mobile. Penelitian ini tidak menemukan pengaruh yang signifikan dari keamanan teknologi terhadap sikap pengguna.*

Kata kunci: *Indonesia; pembayaran mobile; TAM; UTAUT;*

Cronicle of Article :Received (11-09-2021); Revised (13-10-2021); Accepted (15-11-2021) and Published (30-01-2022).

©2021 Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen Lembaga Penelitian Universitas Swadaya Gunung Jati.

Profile and corresponding author: Muhammad Nurhuala Huddin, Martina Rahmawati Masitoh, Khairul Ikhsan¹ adalah dosen Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Serang Raya Banten, Indonesia. *Corresponding Author:* khairulikhsan@unsera.ac.id¹

How to cite this article : Huddin, M. N., Masitoh, M. R., & Ikhsan, K. (2021). Kemudahan penggunaan, facilitating condition, keamanan teknologi dan compatibility terhadap niat menggunakan pembayaran mobile di Indonesia. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 131-148.

Retrieved from : <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>

PENDAHULUAN

Di Era digital saat ini perdagangan online seperti *e-commerce* marak terjadi. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi jasa pembayaran mobile di Indonesia. Pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan perangkat seluler atau dikenal sebagai pembayaran mobile (*mobile payment*) merupakan hal yang mendukung dan mempermudah transaksi baik secara online maupun offline. Menurut survei yang dilakukan (APJII, 2019) jumlah pengguna pada kuartal 2 periode 2019-2020 internet mencapai 196,71 juta jiwa. Riset yang dilakukan oleh Hootsuite dan We Are Social melaporkan bahwa jumlah penduduk Indonesia sekitar 272,1 juta orang, dimana pengguna internet melalui perangkat mobile berjumlah 338,2 juta pengguna yang menandakan bahwa banyak pengguna internet di Indonesia yang memiliki lebih dari satu perangkat mobile (Kumparan, 2020). Lebih jauh, mayoritas masyarakat Indonesia memanfaatkan penggunaan internet untuk urusan ekonomi seperti mencari harga, informasi pembelian, dan jual beli online (APJII, 2017). Hal tersebut menjadi peluang tersendiri bagi pelaku pasar, khususnya bagi perusahaan penyedia jasa pembayaran mobile di Indonesia.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020 menetapkan virus Covid-19 yang merebak di dunia merupakan kategori pandemi global (Utomo, 2020). Berbagai negara menerapkan *lockdown* atau melakukan penutupan wilayah sehingga warga tidak bebas bepergian ke daerah lain. Negara-negara yang pernah menerapkan *lockdown* diantaranya adalah China, Italia, Inggris, India, dan Spanyol (CnnIndonesia, 2020). Sedangkan di Indonesia, pemerintah Indonesia berupaya menekan penularan virus Covid-19 dengan cara pemberlakuan PSBB yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (Mashabi, 2020). PSBB yang diterapkan bertujuan untuk membatasi pergerakan orang dan barang seperti sekolah, mal, perkantoran, toko maupun tempat wisata di tutup sementara,

walaupun ada pengecualian pada beberapa sektor seperti kesehatan, pangan, makanan dan minuman, energi, komunikasi, keuangan dan perbankan, dan dunia usaha yang menyediakan kebutuhan ritel bagi masyarakat.

(WHO, 2021) menyarankan beberapa tindakan pencegahan seperti menjaga jarak secara fisik (*social distancing*), memakai masker, membersihkan tangan, menghindari keramaian, menjaga agar ruang ventilasi tetap baik, dan jika batuk ke siku atau menggunakan tisu yang ditekuk selama melakukan aktivitas di masa pandemi Covid-19.

Pemerintah Indonesia juga menyarankan hal yang sama dengan menerapkan 3M, seperti memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak untuk mencegah penyebaran virus Covid-19 (Kominfori, 2020). Hal ini menandakan bahwa penting untuk menghindari kontak secara langsung ketika melakukan transaksi ekonomi ataupun non ekonomi. Pembayaran mobile ini dapat menjaga dan memperlancar transaksi bisnis di era pandemi karena tetap dapat menjaga penerapan *social distancing* guna menghindari penularan virus Covid 19. Dengan begitu, pembayaran mobile menjadi salah satu alternatif yang sangat tepat bagi masyarakat untuk melakukan transaksi pembayaran di masa pandemi Covid-19, karena konsumen dapat melakukan pembayaran dimanapun dan tidak perlu melakukan kontak langsung antara penjual dan pembeli khususnya pada masa pandemi Covid-19 yang menuntut setiap orang untuk melakukan pembatasan secara fisik dan sosial.

Sayangnya, penggunaan layanan pembayaran mobile masih terbilang baru seiring dengan berkembangnya teknologi meskipun pengguna internet terus mengalami pertumbuhan (APJII, 2018), khususnya di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Selain itu, Pemerintah Indonesia juga mendorong penggunaan pembayaran secara non tunai dengan menggalangkan gerakan nasional non tunai agar sistem pembayaran

menjadi lebih efisien (BI, 2014). Dengan begitu, inovasi transaksi keuangan masih membutuhkan waktu penerimaan khususnya di pedesaan dan masih perlu diinvestigasi lebih jauh faktor pendorong individu mengadopsi sistem tersebut.

Salah satu teori yang membahas tentang pendorong seseorang mengadopsi suatu teknologi adalah *technology acceptance model* (TAM) yang menekankan pentingnya manfaat (kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat banyak faktor yang dapat mendorong seseorang untuk menggunakan suatu teknologi, khususnya layanan pembayaran mobile seperti kemudahan penggunaan (Ikhsan & Sunaryo, 2020; Liébana-Cabanillas et al., 2020), *facilitating condition* (Merhi et al., 2019; Patil et al., 2020; Sinha et al., 2019), keamanan (Luna et al., 2019) dan dorongan eksternal lainnya yaitu *compatibility* (Oliveira et al., 2016). Namun, penelitian tersebut dilakukan sebagai faktor penentu langsung niat seseorang untuk menggunakan teknologi, padahal dalam pandangan TAM bahwa niat seseorang bergantung pada sikap mereka terhadap teknologi tersebut (Davis, 1989; Davis et al., 1989). Penelitian (Liébana-cabanillas et al., 2017; Patil et al., 2020) menyertakan sikap dalam model penelitian mereka dan menemukan bahwa sikap seseorang terhadap teknologi mempunyai pengaruh yang kuat dalam membentuk niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi.

Sayangnya, masih sedikit peneliti yang meneliti sikap sebagai variabel penghubung khususnya di Indonesia dalam konteks masa pandemi Covid-19. Selain itu, hasil penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten, dimana penelitian (Ardiyanto & Kusumadewi, 2019; Zhu et al., 2012) menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap, sedangkan penelitian (Aslam et al., 2017; Luna et al., 2019) tidak menemukan pengaruh tersebut. Oleh karena itu, masih diperlukan penelitian lanjutan untuk menginvestigasi faktor-faktor penentu niat

menggunakan pembayaran mobile dengan memasukan sikap sebagai penghubung faktor-faktor tersebut.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru tentang faktor eksternal yang berfokus pada kesiapan mengadopsi sistem pembayaran mobile (kemudahan penggunaan, *facilitating condition*, keamanan teknologi) dan gaya hidup (*compatibility*) dalam menentukan niat menggunakan layanan pembayaran mobile. Layanan tersebut juga menjadi salah satu faktor pending dalam mendukung sistem perekonomian di masa pandemi Covid-19, serta berguna mendukung perkembangan *e-commerce* di Indonesia.

Penelitian sebelumnya berfokus pada manfaat, harapan dan dorongan eksternal yang mendukung penggunaan sistem pembayaran mobile. Sayangnya, masih sedikit upaya untuk mengisi *gap* dalam memahami faktor yang mempengaruhi niat menggunakan layanan pembayaran mobile di Indonesia dari aspek kesiapan mengadopsi teknologi dan gaya hidup khususnya ketika terjadi pandemi Covid-19. Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan, *facilitating condition*, keamanan teknologi dan *compatibility* terhadap sikap dan menguji dampaknya terhadap niat menggunakan layanan pembayaran mobile di masa pandemi Covid-19.

KAJIAN LITERATUR

Kemudahan Penggunaan

Menurut (Phonthanukitithaworn et al., 2016) kemudahan penggunaan merupakan kondisi sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan layanan pembayaran mobile akan relatif terbebas dari usaha secara fisik ataupun mental. Hal ini disebabkan karena menggunakan layanan pembayaran mobile harus mengikuti beberapa tahapan mulai dari pendaftaran sampai melakukan transaksi. Sedikit atau banyak tahapan tersebut akan membuat calon pengguna merespon hal tersebut dengan menunjukkan sikap positif ataupun negatif yang pada akhirnya akan

berdampak pada niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

Kondisi tersebut membuat penyedia layanan perlu meningkatkan aspek kemudahan penggunaan dengan membuat teknologi tersebut terbebas dari kerumitan dan masalah ketika digunakan (Davis, 1989). Teknologi yang dianggap lebih mudah untuk digunakan akan cenderung lebih mudah untuk diterima individu, khususnya teknologi tersebut tidak merepotkan penggunaannya (Zhu et al., 2012) atau tanpa mengeluarkan usaha yang banyak semakin tinggi kemudahan maka akan semakin rendah usaha yang dibutuhkan (Sinha et al., 2019).

Facilitating Condition

Menurut (Venkatesh et al., 2003) *facilitating condition* merupakan kondisi sejauh mana seseorang percaya bahwa terdapat infrastruktur organisasi dan teknis untuk mendukung penggunaan suatu sistem atau teknologi. Hal ini menandakan bahwa perusahaan harus menyediakan infrastruktur yang dapat digunakan oleh pengguna suatu teknologi. Oleh karena itu, jika ada infrastruktur operasional dan dukungan untuk menggunakan layanan pembayaran mobile akan mendorong mereka untuk menggunakan layanan tersebut (Oliveira et al., 2016).

Kemanan Teknologi

Keamanan teknologi merupakan gambaran tentang sejauh mana individu percaya bahwa suatu teknologi atau suatu layanan aman untuk digunakan (Fan et al., 2018). Isu keamanan menjadi penting karena dimungkinkan akan terjadinya pelanggaran atas privasi pengguna suatu teknologi (Lwin et al., 2007). Hal ini cenderung disebabkan karena kurangnya pengalaman konsumen dengan teknologi tersebut (Bauer et al., 2005) dan layanan tersebut sulit untuk dievaluasi sebelum digunakan sehingga dianggap memiliki risiko (Gefen et al., 2003).

Keamanan adalah seperangkat prosedur dan program untuk memverifikasi sumber informasi dan menjamin integritas dan privasi dari informasi tersebut (Tsiakis &

Sthephanides, 2005). Hal ini membuat kerahasiaan informasi menjadi isu penting karena dapat memunculkan perasaan negatif terhadap teknologi tersebut khususnya teknologi yang berkaitan dengan data sensitif dan personal (Oliveira et al., 2016). Isu keamanan informasi muncul ketika pengguna merasa bahwa perusahaan tidak mampu dan tidak mau berupaya untuk menjaga informasi keuangan pengguna (Salisbury et al., 2001). Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan rasa aman kepada pengguna layanan pembayaran mobile dalam melakukan transaksi keuangan dengan tujuan meminimalisir kekhawatiran mereka (Oliveira et al., 2016), sehingga persepsi mereka terhadap aspek keamanan dari layanan tersebut juga meningkatkan (Liébana-cabanillas et al., 2017).

Pada penelitian ini, aspek keamanan akan berfokus pada keamanan teknologi pembayaran mobile itu sendiri yaitu keamanan sistem dan transaksi, sehingga teknologi tersebut akan dapat dipercaya ketika proses transaksi dapat memenuhi kebutuhan dan harapan penggunaannya tentang aspek keamanan (Baddeley, 2004).

Compatability

Compatibility merupakan sejauh mana calon pengguna suatu inovasi konsisten dengan kebutuhan, kebiasaan, pengalaman, nilai-nilai dan keyakinan pribadi mereka (Rogers, 2003). Hal ini menandakan bahwa ketika suatu inovasi sejalan dengan kebutuhan, gaya hidup dan nilai-nilai yang mereka yakini akan memiliki kecenderungan individu akan mengadopsi inovasi tersebut.

(Tornatzky & Klein, 1982) juga mengatakan bahwa *compatability* yang dirasakan oleh penggunaannya memainkan peran penting untuk membuat seseorang dapat menerima suatu teknologi khususnya teknologi tersebut baru seperti pembayaran mobile. Hal ini juga ditemukan pada penelitian lainnya, dimana *compatability* dapat membentuk sikap yang positif terhadap teknologi tersebut (Chen et al., 2002) dan menjadi penentu utama individu untuk

menentukan akan mengadopsi suatu inovasi atau teknologi baru (Wu & Wang, 2005). Dengan begitu, layanan pembayaran mobile diharapkan cenderung akan mudah diadopsi karena layanan tersebut sesuai dengan perilaku dan gaya hidup mereka yang pada akhirnya dapat meningkatkan citra diri mereka di mata masyarakat sosial (Chawla & Joshi, 2019; Phonthanakitithaworn et al., 2016).

Sikap

(Venkatesh et al., 2003) mengatakan bahwa sikap terhadap suatu teknologi merupakan reaksi afektif keseluruhan individu untuk menggunakan suatu teknologi. Reaksi tersebut dapat berupa perasaan positif ataupun negatif yang dikeluarkan individu dalam merespon suatu teknologi tertentu. Contohnya, individu dapat merespon bagus atau buruk terhadap layanan pembayaran mobile.

Sikap seseorang akan cenderung dipengaruhi oleh suasana hati dan emosi (Ajzen & Fishbein, 2000). Dengan begitu, kondisi yang berbeda akan mempengaruhi evaluasi seseorang terhadap suatu objek, konsep atau perilaku yang sama. Evaluasi terhadap teknologi yang ditawarkan layanan pembayaran mobile juga akan berbeda bergantung pada kondisi suasana hati dan emosi orang tersebut. Lebih jauh, evaluasi tersebut juga akan sangat berbeda ketika penggunaannya dihadapkan pada kondisi yang serba tidak pasti pada lingkungan eksternal seperti pandemi Covid-19. Dengan begitu, sikap akan menjadi pintu utama dalam membentuk niat seseorang untuk mengadopsi atau menggunakan teknologi pembayaran mobile dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Kerangka Pemikiran

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Pembayaran Mobile

Kemudahan penggunaan diyakini memiliki dalam positif dalam memunculkan sikap positif individu terhadap suatu teknologi pembayaran mobile (Davis, 1989). Hal ini disebabkan karena layanan pembayaran mobile mampu memberikan teknologi yang mudah untuk digunakan oleh individu secara

mandiri dan mudah mengikuti setiap tahapan operasionalnya. Ketika teknologi layanan pembayaran memiliki tata cara penggunaan yang mudah dipahami oleh penggunanya, maka teknologi tersebut akan cenderung lebih mudah untuk diterima karena tidak menyulitkan mereka (Zhu et al., 2012). Dengan kata lain, individu tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga untuk dapat menggunakan layanan pembayaran mobile, karena semakin semakin tinggi kemudahan yang diberikan maka akan semakin rendah usaha yang dibutuhkan (Sinha et al., 2019).

Kondisi pandemi Covid-19 meningkatkan perasaan atau sikap positif konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran mobile karena dapat membantu mereka terhindar dari virus tersebut karena tidak melakukan kontak fisik ataupun sosial secara langsung. Dengan begitu, kemudahan yang diberikan layanan pembayaran mobile dapat berpengaruh terhadap sikap individu karena mampu meningkatkan perasaan positif dengan memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi keuangan di masa pandemi Covid-19.

Hal ini didukung oleh penelitian (Rafdinal & Senalajari, 2021) yang menemukan bahwa selama masa pandemi Covid-19 semakin individu merasa bahwa layanan pembayaran mobile mudah untuk digunakan maka akan semakin baik atau positif sikap mereka terhadap layanan tersebut. Pendapat tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan memiliki positif terhadap sikap terhadap pembayaran mobile (Ardiyanto & Kusumadewi, 2019; Bailey et al., 2017; Rafdinal & Senalajari, 2021) Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

Hipotesis 1 (H1) : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap layanan pembayaran mobile

Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap Sikap Pembayaran mobile

Facilitating condition merupakan salah satu faktor penting yang dapat mendorong

individu untuk mengadopsi dan menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003, 2012). Ketika individu merasa bahwa teknologi layanan pembayaran mobile memiliki ketersediaan atas sumber daya dan infrastruktur pendukung agar konsumen dapat menggunakan layanan tersebut maka mereka akan cenderung memiliki keinginan untuk mengadopsinya (Oliveira et al., 2016; Venkatesh et al., 2012).

Kondisi fasilitas tersebut dapat terlihat dari adanya fitur tutorial penggunaan baik berupa tulisan dan video ataupun layanan *customer service* yang disediakan oleh penyedia layanan pembayaran mobile. Hal tersebut dimungkinkan dapat membentuk sikap positif dari calon pengguna terkait layanan pembayaran mobile (Chawla & Joshi, 2019; Dwivedi et al., 2019). Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

Hipotesis 2 (H2) : *Facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap layanan pembayaran mobile

Pengaruh Kemanann Teknologi terhadap Sikap Pembayaran Mobile

Teknologi memberikan banyak manfaat bagi penggunanya mulai dari utilitas sampai kemudahan dalam penggunaannya (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003), tapi disisi lain juga membawa isu keamanan dan risiko yang dapat mendorong individu untuk tidak menggunakan teknologi tersebut (Cox & Rich, 1964; Ikhsan & Sunaryo, 2020; Natarajan et al., 2017). Dengan begitu, keyakinan individu tentang privasi properti dan informasi mereka aman ketika menggunakan suatu teknologi atau suatu layanan khususnya layanan pembayaran mobile menjadi sangat penting (Fan et al., 2018).

Ketika individu merasa bahwa layanan pembayaran mobile memiliki tingkat keamanan teknologi yang tinggi atau memiliki risiko yang rendah akan membuat individu memiliki perasaan atau sikap yang positif terhadap layanan tersebut (Fan et al., 2018;

Sudono et al., 2020). Sebaliknya, jika individu tidak merasa bahwa teknologi pembayaran mobile dapat memberikan keamanan dari sisi informasi ataupun transaksi keuangan, maka mereka cenderung akan menunjukkan sikap negatif terhadap teknologi tersebut. Oleh karena itu, keamanan teknologi layanan pembayaran mobile dapat berpengaruh positif terhadap sikap individu terhadap layanan pembayaran mobile. Pendapat tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang menemukan bahwa keamanan teknologi memiliki positif terhadap sikap terhadap layanan pembayaran mobile (Fan et al., 2018; Sudono et al., 2020). Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

Hipotesis 3 (H3) : Keamanan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap layanan pembayaran mobile

Pengaruh *Compatability* terhadap Sikap Pembayaran Mobile

Compatibility merupakan gambaran sejauh mana suatu inovasi khususnya layanan pembayaran mobile memiliki kesamaan terhadap kebutuhan, gaya hidup dan nilai-nilai yang individu yakini (Rogers, 2003). Ketika mereka merasa bahwa layanan pembayaran mobile sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka, layanan tersebut akan cenderung dipersepsikan positif karena dapat mendukung kebutuhan dan gaya hidup mereka khususnya di masa pandemi Covid-19 yang mensyaratkan dilakukan pembatasan jarak sosial dan fisik untuk mencegah penularan virus tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menemukan bahwa *compatability* memiliki positif terhadap sikap terhadap layanan pembayaran mobile (Aslam et al., 2017; Chawla & Joshi, 2019; Chen et al., 2002). Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

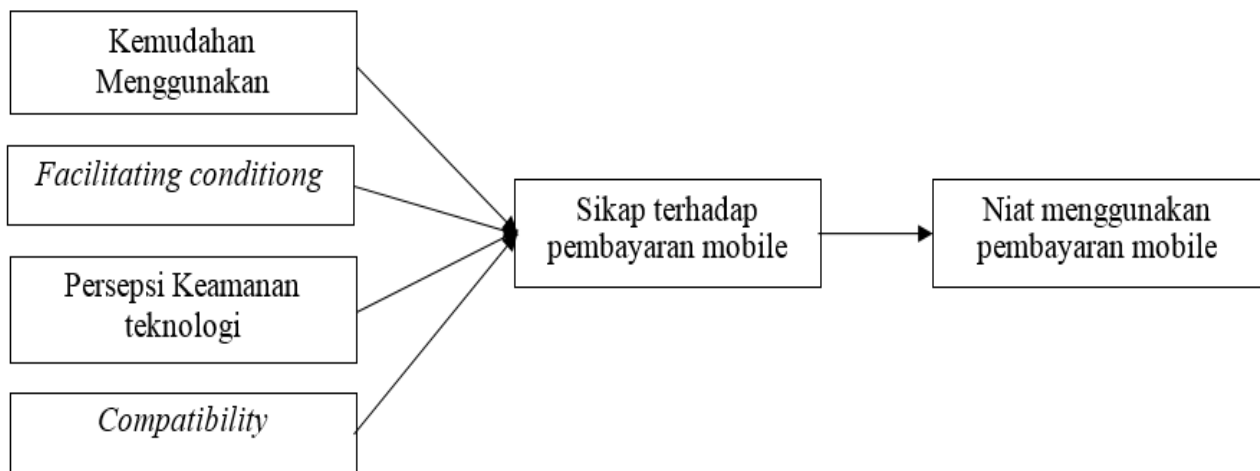
Hipotesis 4 (H4) : *Compatibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap layanan pembayaran mobile

Pengaruh Sikap terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Mobile

Sikap merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989; Dwivedi et al., 2019; Venkatesh & Davis, 2000) khususnya layanan pembayaran mobile yang masih terbilang baru di kalangan masyarakat Indonesia. Menurut (Luna et al., 2019) perasaan atau sikap konsumen terhadap teknologi baru cenderung akan mendorong mereka untuk menggunakannya. Ketika seseorang memiliki sikap positif terhadap layanan pembayaran mobile, niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut juga akan relatif tinggi (Chuah et al., 2016). Lebih jauh, perasaan atau sikap tersebut cenderung dipengaruhi oleh suasana hati dan emosi (Ajzen & Fishbein, 2000). Salah satu yang dapat mempengaruhi hal tersebut adalah kondisi pandemi Covid-19. Kondisi tersebut dapat membentuk sikap positif akan penggunaan layanan pembayaran mobile

karena adanya anjuran untuk melakukan *social* dan *physical distancing*. Hal ini dikarenakan ekspektasi konsumen terhadap layanan pembayaran mobile dipengaruhi oleh persepsi mereka akan manfaat yang akan didapatkan ketika menggunakan layanan tersebut (Bailey et al., 2017), khususnya pada masa pandemi Covid-19 yang dapat melindungi penggunaannya dari risiko penyebaran virus tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menemukan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan pembayaran mobile (Aslam et al., 2017; Bailey et al., 2017; Chuah et al., 2016; Sudono et al., 2020). Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

Hipotesis 5 (H5) : Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan layanan pembayaran mobile



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: (Luna et al., 2019; Oliveira et al., 2016; Patil et al., 2020; Phonthanukitithaworn et al., 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai sarana untuk pengumpulan data. Populasi dalam penelitian adalah pengguna layanan pembayaran mobile

khususnya pada aplikasi Gopay, Dana, OVO, LinkAja dan ShopeePay di Indonesia khususnya pada Kota Jakarta, Tangerang dan Serang. Sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang mensyaratkan

kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti sebelumnya yaitu responden telah menggunakan layanan pembayaran mobile pada salah satu aplikasi tersebut maksimal 3 kali dan telah digunakan selama masa pandemi Covid-19 pada tahun 2020 atau 2021. Jumlah sampel yang direkomendasikan adalah minimal 5 kali dari jumlah item pernyataan yang ada di dalam kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini terdiri atas 23 pernyataan, sehingga minimal sampel pada penelitian ini adalah 115 responden.

Kuesioner penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 poin skala likert. Kemudahan penggunaan diukur dengan menggunakan empat item pernyataan yang diadopsi dari (Aslam et al., 2017; Phonthanukitithaworn et al., 2016). Item kemudahan penggunaan menggambarkan kemudahan dalam menggunakan layanan pembayaran mobile contohnya “Sangat mudah bagi saya untuk menggunakan layanan pembayaran mobile (Gopay, Ovo, Dana, LinkAja dan Shopeepay)”. *Facilitating condition* diukur dengan menggunakan tiga item pernyataan yang diadopsi dari (Oliveira et al., 2016; Venkatesh et al., 2012). Item *facilitating condition* menggambarkan kondisi infrastruktur yang dapat mendukung layanan pembayaran mobile dapat digunakan contohnya “Pembayaran mobile merupakan sistem yang kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan pada masa pandemi Covid-19”.

Keamanan teknologi diukur dengan menggunakan empat item pernyataan yang diadopsi dari (Luna et al., 2019). Item keamanan teknologi menggambarkan kondisi yang dapat menjamin dan memberikan rasa aman dalam menggunakan layanan pembayaran mobile dengan tujuan meminimalisir kekhawatiran mereka contohnya “Saya ingin transaksi yang saya lakukan menggunakan layanan pembayaran mobile selalu terjamin keamanannya”. *Compatibility* diukur dengan menggunakan empat item pernyataan yang diadopsi dari (Oliveira et al., 2016; Phonthanukitithaworn et al., 2016). Item *compatibility*

menggambarkan kondisi dimana layanan pembayaran mobile sesuai dengan perilaku dan gaya hidup seseorang contohnya “Menggunakan layanan pembayaran mobile kompatibel dengan semua aspek gaya hidup saya”.

Sikap diukur dengan menggunakan empat item pernyataan yang diadopsi dari (Aslam et al., 2017; Patil et al., 2020). Item sikap menggambarkan kondisi sikap seseorang terhadap layanan pembayaran mobile di masa pandemi Covid-19 contohnya “Menggunakan layanan pembayaran mobile merupakan ide yang bagus pada masa pandemi Covid-19”. Niat menggunakan diukur dengan menggunakan empat item pernyataan yang diadopsi dari (Aslam et al., 2017; Oliveira et al., 2016; Venkatesh et al., 2012). Item niat menggunakan menggambarkan niat seseorang untuk menggunakan layanan pembayaran mobile di masa mendatang contohnya “Saya bersedia menggunakan layanan pembayaran mobile pada masa pandemi Covid-19”. Selanjutnya, data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode *structural equation model* (SEM) yang berbasis varians yaitu *partial least square* (SEM-PLS) dengan *software* WarpPLS 5.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Deskripsi responden dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, layanan pembayaran mobile yang digunakan dan lokasi penggunaannya. Hasil analisis karakteristik responden disajikan pada Tabel 1. Dari 290 responden mayoritas didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 205 responden dan laki-laki sebanyak 85 responden.

Berdasarkan usia, responden usia 21 s/d 35 tahun merupakan responden terbanyak yaitu 219 responden dan diikuti oleh responden dengan usia diatas 35 sebanyak 31 responden dan dibawah 20 tahun sebanyak 40 responden. Berdasarkan tingkat pendidikan responden dengan pendidikan SMA/SMK merupakan responden terbanyak yaitu 162

responden dan diikuti oleh responden dengan pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 70, master (S2) sebanyak 46, Diploma (D3) sebanyak 8 dan Doktor (S3) sebanyak 4 responden.

Berdasarkan layanan pembayaran yang digunakan, responden pada penelitian ini didominasi oleh pengguna Shopeepay sebanyak 117 responden, diikuti responden pengguna Dana sebanyak 75, Gopay sebanyak

44, OVO sebanyak 34 dan Linkaja sebanyak 20 responden. Berdasarkan lokasi penggunaan, pada penelitian ini layanan pembayaran mobile lebih banyak digunakan di Kota Serang dengan jumlah responden sebanyak 211, diikuti oleh pengguna di lokasi Jakarta sebanyak 66 dan Tangerang sebanyak 13 responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Item	Jumlah	Persentase (%)
Jenis kelamin	a. Laki-laki	85	29,3
	b. Perempuan	205	70,7
Usia responden	a. ≤ 20 Tahun	40	13,8
	b. 21–35 Tahun	219	75,5
	c. ≥ 35 tahun	31	10,7
Pendidikan terakhir	a. SMA/SMK	162	55,9
	b. Diploma (D3)	8	2,8
	c. Sarjana (S1)	70	24,1
	d. Master (S2)	46	15,9
	e. Doktor (S3)	4	1,4
Pembayaran <i>Mobile</i>	a. Gopay	44	15,2
	b. Dana	75	25,9
	c. OVO	34	11,7
	d. LinkAja	20	6,9
	e. Shopeepay	117	40,3
Lokasi Penggunaan	a. Jakarta	66	22,8
	b. Tangerang	13	4,5
	c. Serang	211	72,8

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021.

Model Pengukuran

Uji validitas dilakukan dengan melihat validitas konvergen dan diskriminan. Validitas konvergen diuji menggunakan nilai *loading* dari setiap item pernyataan pada variabel penelitian. Item pengukuran dapat dikatakan baik dan tidak memiliki masalah dengan validitas konvergen jika nilai *loading*-nya lebih besar dari 0,5 dan mengelompok ke masing-masing faktor atau variabel yang telah disebutkan pada penjelasan sebelumnya. Secara keseluruhan hasil pengujian menunjukkan bahwa semua item pengukuran dari variabel kemudahan penggunaan, *facilitating condition*, keamanan teknologi, *compatibility*, sikap dan niat menggunakan memiliki nilai faktor *loading* yang lebih besar

dari 0,5. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa indikator pada masing-masing variabel memiliki tingkat akurasi yang tinggi karena memiliki nilai muatan faktor indikator reflektif yang $\geq 0,5$. Lebih lengkapnya hasil pengujian validitas konvergen dapat dilihat pada Tabel 2.

Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan nilai AVE dalam menguji validitas konvergen, dimana nilainya harus lebih besar dari 0,5 (Hair et al., 2014). Nilai AVE di atas 0,5 akan menunjukkan bahwa suatu variabel tidak akan masuk variabel lain karena hanya akan masuk ke variabel yang sebenarnya. Tabel 2 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai AVE di atas 0,5 yang secara berturut-

turut sebesar 0.799, 0.717, 0.830, 0.703, 0.760 dan 0.760. Hal ini membuktikan bahwa semua variabel penelitian ini benar-benar berbeda satu sama lainnya dan telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang baik.

Validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan nilai akar AVE (SRAVE) dari setiap variabel dengan korelasi antar variabel dalam penelitian ini (Hair et al., 2014). Model pengukuran dapat

dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik jika nilai akar AVE dari setiap variabel lebih besar dari pada korelasi antar variabel yang satu dengan yang lainnya. Secara keseluruhan Tabel 3 menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai akar AVE yang lebih besar dari pada nilai korelasi antar variabel. Lebih lengkapnya hasil pengujian validitas diskriminan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Validitas dan Reliabilitas)

Variabel	Item	Nilai Loading	Conbach alpha	Composite Reliability	AVE
Kemudahan Penggunaan	KP1	0.855	0.916	0.941	0.799
	KP2	0.917			
	KP3	0.892			
	KP4	0.911			
Facilitating condition	FC1	0.863	0.802	0.884	0.717
	FC2	0.857			
	FC3	0.819			
Kemanan Teknologi	KT1	0.875	0.897	0.936	0.830
	KT2	0.936			
	KT3	0.921			
Compatability	C1	0.845	0.859	0.904	0.703
	C2	0.781			
	C3	0.844			
	C4	0.882			
Sikap	SIK1	0.831	0.895	0.927	0.760
	SIK2	0.873			
	SIK3	0.895			
	SIK4	0.887			
Niat Menggunakan	NM1	0.845	0.895	0.927	0.760
	NM2	0.878			
	NM3	0.890			
	NM4	0.874			

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021.

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* dengan menggunakan nilai acuan lebih besar atau sama dengan 0,7 (Sholihin dan Ratmono, 2013). Hasil pengujian menunjukkan bahwa

semua variabel pada penelitian ini memiliki nilai *composite reliabitly* dan *cronbach alpha* diatas 0,7. Dengan begitu, semua variabel pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Secara terperinci hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 3. Korelasi Antar Variabel

Variabel	SRAVE	KP	FC	KT	C	SIK	NM
Kemudahan Penggunaan (KP)	0.894	1					
<i>Facilitating condition</i> (FC)	0.847	0.754 ^a	1				
Keamanan Teknologi (KT)	0.911	0.393 ^a	0.436 ^a	1			
<i>Compatability</i> (C)	0.839	0.650 ^a	0.718 ^a	0.466 ^a	1		
Sikap (SIK)	0.872	0.730 ^a	0.727 ^a	0.401 ^a	0.778 ^a	1	
Niat Menggunakan (NM)	0.872	0.659 ^a	0.705 ^a	0.411 ^a	0.741 ^a	0.794 ^a	1

Catatan: ^a p -value < 0,001, ^b p -value < 0,05, SRAVE = square root of average variances extracted.

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021.

Model Struktural

Pengujian model struktural dilakukan untuk melihat kesesuaian model penelitian ini

dengan data yang ada. Kesesuaian tersebut dilihat dari beberapa indeks di bawah ini.

Tabel 4. Indeks Kesesuaian Model

Indeks	Nilai	Kriteria
APC	0.345	P<0.001
ARS	0.668	P<0.001
AARS	0.665	P<0.001
AVIF	2.464	Ideally <= 3.3
AFVIF	2.936	Ideally <= 3.3
SPR	1.000	Ideally = 1
RSCR	1.000	Ideally = 1
SSR	1.000	Acceptable if > 0,7
NLBCCR	1.000	Acceptable if > 0,7

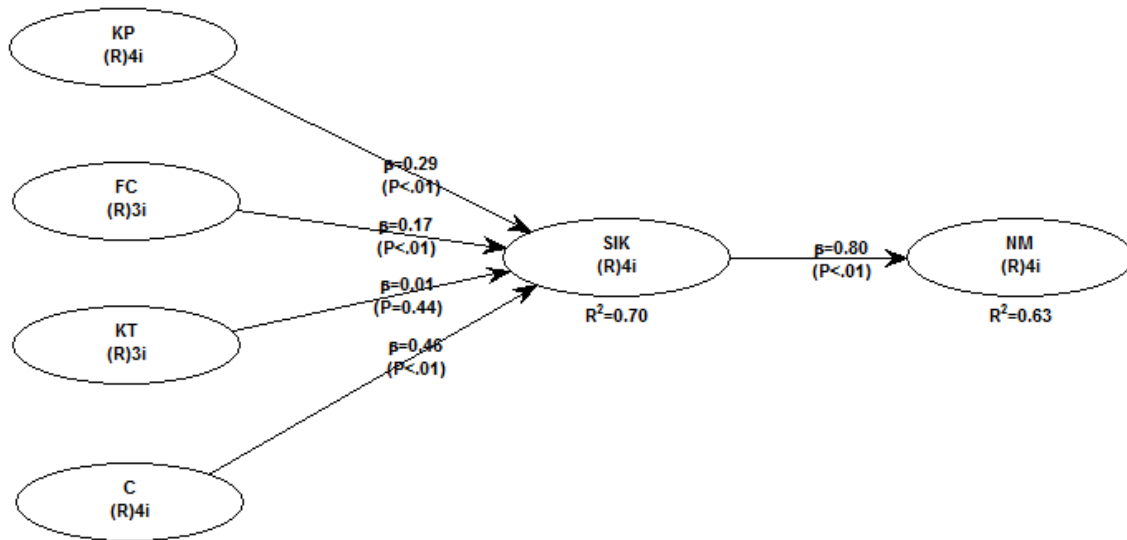
Sumber : Hasil pengolahan data, 2021.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua indeks memiliki nilai yang disyaratkan oleh masing-masing indeks yaitu nilai APC, ARS, AARS, AVIF dan AFVIF masing-masing mendapatkan nilai berturut-turut 0.345, 0.668, 0.665, 2.464 dan 2.936. Selanjutnya, indeks SPR, RSCR, SSR dan NLBCDR masing-masing mendapatkan nilai 1.000 yang sesuai dengan syarat dan kriteria pengujian. Selain itu, peneliti juga menggunakan koefisien determinasi (R^2) untuk melihat seberapa besar variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel exogennya. Nilai R^2 dalam penelitian ini ditemukan sebesar 0,70 dan 0,63. Artinya, 70% varians dari sikap terhadap pembayaran mobile dapat dijelaskan

oleh beberapa variabel endogen yaitu kemudahan penggunaan, *facilitating condition*, keamanan teknologi dan *compatability*. Sedangkan 63% varians dari niat menggunakan layanan pembayaran mobile dapat dijelaskan oleh sikap terhadap pembayaran mobile. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model struktural dalam penelitian ini dapat dikatakan telah memenuhi kriteria *goodness of fit* yang sangat baik.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur (β) atau bobot regresi dan p -value dari setiap jalur yang telah dibangun berdasarkan teori dan pengembangan hipotesis sebelumnya seperti yang terlihat pada Gambar 2.

Muhammad Nurhuala Huddin, Martina Rahmawati Masitoh, Khairul Ikhsan
Kemudahan penggunaan, *facilitating condition*, keamanan teknologi dan *compatibility* terhadap niat menggunakan pembayaran mobile di Indonesia.



Gambar 2. Model Struktural

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021.

Hasil pengujian model struktural di atas menunjukkan bahwa koefisien jalur pada pengaruh kemudahan penggunaan dan *facilitating condition* terhadap sikap ditemukan signifikan secara statistik pada tingkat 1% ($\beta = 0,29$, p -value $< 0,01$) dan ($\beta = 0,17$, p -value $< 0,01$). Koefisien jalur pada pengaruh *compatibility* terhadap sikap ditemukan signifikan secara statistik pada

tingkat 1% ($\beta = 0,46$, p -value $< 0,01$). Koefisien jalur pada pengaruh sikap terhadap niat menggunakan layanan pembayaran mobile juga ditemukan signifikan secara statistik pada tingkat 1% ($\beta = 0,80$, p -value $< 0,01$), sedangkan koefisien jalur pada pengaruh keamanan teknologi terhadap sikap tidak ditemukan signifikan secara statistik dengan $\beta = 0,01$ dan p -value = 0,44.

Table 5. Koefisien Jalur untuk Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	Koefisien Beta	R^2	Standard error	Effect Size	Hasil Uji Hipotesis
H_1	Kemudahan Penggunaan \rightarrow Sikap	0.29 ^a	0.70	0.056	0.213	Didukung
H_2	<i>Facilitating Condition</i> \rightarrow Sikap	0.17 ^a		0.057	0.123	Didukung
H_3	Keamanan Teknologi \rightarrow Sikap	0.01 ^d $P = 0.44$		0.059	0.003	Tidak Didukung
H_4	<i>Compatibility</i> \rightarrow Sikap	0.46 ^a		0.055	0.362	Didukung
H_5	Sikap \rightarrow Niat menggunakan	0.80 ^a	0.63	0.052	0.633	Didukung

Signifikansi: ^a p -value $< 0,001$, ^b p -value $< 0,05$, ^cIdeally $\leq 3,3$, ^dtidak signifikan.

Sumber : Hasil pengolahan data, 2021.

Pembahasan Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap terhadap

pembayaran mobile. Hal ini terlihat dari hasil statistik yang menunjukkan bahwa nilai koefisien dan p -value jalur yang telah diuji yaitu $\beta = 0.29$, p -value < 0.01 , sehingga hipotesis 1 didukung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang

menemukan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor penentu sikap seseorang terhadap suatu teknologi khususnya pembayaran mobile (Ardiyanto & Kusumadewi, 2019; Bailey et al., 2017; Liébana-cabanillas et al., 2017; Rafdinal & Senalasar, 2021).

Kemudahan penggunaan layanan pembayaran mobile yang terlihat dari kejelasan dan kemudahan untuk memahami penggunaan layanan pembayaran mobile, penggunaannya tidak rumit dan mudah dipahami menjadi. Dengan kata lain, proses penggunaan layanan pembayaran mobile yang simpel dan mudah untuk digunakan mampu menciptakan sikap atau perasaan positif bagi para penggunanya ataupun calon pengguna (Aslam et al., 2017). Kemudahan penggunaan layanan pembayaran mobile memainkan peranan penting di masa pandemi Covid-19 yang mensyaratkan pembatasan jarak secara fisik ataupun sosial, karena ketika individu semakin merasa bahwa layanan pembayaran mobile mudah untuk digunakan maka akan semakin baik atau positif sikap mereka terhadap layanan tersebut (Rafdinal & Senalasar, 2021).

Pengaruh *Facilitating Condition* Terhadap Sikap

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap terhadap pembayaran mobile. Hal ini terlihat dari hasil statistik yang menunjukkan bahwa nilai koefisien dan *p-value* jalur yang telah diuji yaitu $\beta = 0.17$, *p-value* < 0.01, sehingga hipotesis 2 didukung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa *facilitating condition* menjadi faktor penentu sikap seseorang terhadap suatu teknologi (Chawla & Joshi, 2019; Dwivedi et al., 2019).

Facilitating condition merupakan faktor utama yang mendukung penggunaan layanan pembayaran mobile agar dapat digunakan dengan baik. Dengan begitu, penyedia layanan pembayaran mobile perlu menciptakan lingkungan yang memfasilitasi penggunaan layanan tersebut. Fasilitas

tersebut dapat berupa fitur tutorial penggunaan baik berupa tulisan dan video ataupun layanan *customer service* yang disediakan oleh penyedia layanan pembayaran mobile. Fasilitas tersebut diharapkan dapat membantu individu untuk merespon layanan tersebut dalam bentuk sikap positif karena mereka percaya kepada layanan tersebut (Chawla & Joshi, 2019; Dwivedi et al., 2019). Oleh karena itu, kepercayaan tersebut dapat dibangun dengan menyediakan infrastruktur pendukung yang memadai sehingga mereka memiliki ketertarikan untuk mengadopsi dan menggunakan layanan pembayaran mobile (Oliveira et al., 2016; Venkatesh et al., 2012).

Pengaruh Keamanan Teknologi Terhadap Sikap

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan teknologi tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap terhadap pembayaran mobile. Hal ini terlihat dari hasil statistik yang menunjukkan bahwa nilai koefisien dan *p-value* jalur yang telah diuji yaitu $\beta = 0.01$, *p-value* = 0.44, sehingga hipotesis 3 tidak didukung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa keamanan teknologi bukan menjadi faktor penentu sikap seseorang terhadap suatu teknologi (Aslam et al., 2017).

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fan et al., 2018; Sudono et al., 2020), dimana mereka menemukan bahwa keamanan teknologi memiliki peran penting dalam membentuk sikap positif seseorang terhadap suatu teknologi khususnya pada konteks pembayaran mobile. Hal ini disebabkan karena teknologi yang melibatkan data sensitif dan personal seperti informasi pribadi dan transaksi keuangan sangat membutuhkan penyedia layanan pembayaran mobile yang memiliki kemampuan untuk mengamankan setiap transaksi yang dilakukan penggunaannya (Oliveira et al., 2016). Oleh karena itu, dibutuhkan sistem keamanan yang dapat menjamin kerahasiaan informasi penggunaannya.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu mungkin disebabkan dengan penyebaran layanan pembayaran mobile belum menyebar dengan luas. Dimungkinkan juga penyedia layanan pembayaran mobile tidak melakukan edukasi yang cukup kepada para penggunanya tentang keamanan teknologi yang dimilikinya. Karena ketika individu merasa bahwa layanan tersebut tidak aman atau memiliki ancaman keamanan dan privasi akan membuat mereka cenderung memiliki sikap atau perasaan negatif terhadap layanan tersebut yang pada akhirnya berdampak pada ketidakinginan untuk menggunakan layanan tersebut (Bae et al., 2020).

Pengaruh *Compatability* Terhadap Sikap

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *compatability* memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap terhadap pembayaran mobile. Hal ini terlihat dari hasil statistik yang menunjukkan bahwa nilai koefisien dan *p-value* jalur yang telah diuji yaitu $\beta = 0.46$, *p-value* < 0.01, sehingga hipotesis 4 didukung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa *compatability* menjadi faktor penentu sikap seseorang terhadap suatu teknologi (Aslam et al., 2017; Zhu et al., 2012).

Individu yang memandang bahwa teknologi layanan pembayaran mobile sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka akan cenderung merasa bahwa mereka memiliki kesamaan dengan teknologi tersebut (Rogers, 2003). Dimana pandemi Covid-19 penggunaan layanan pembayaran mobile sangat diperlukan untuk mencegah dan menghambat penyebaran virus Covid-19 sehingga individu akan merespon layanan tersebut dengan sikap positif dalam melakukan transaksi keuangan.

Individu yang memiliki kesamaan atau keselarasan yang besar antara nilai, pengalaman, kepribadian, preferensi dan gaya hidup dengan teknologi layanan pembayaran mobile akan cenderung memiliki sikap positif terhadap layanan tersebut (Chawla & Joshi, 2019). Dengan begitu, penyedia layanan

pembayaran mobile harus mampu menyediakan fitur-fitur yang dapat memungkinkan penggunanya untuk merasakan *compatability* yang lebih besar atau merasa bahwa layanan pembayaran mobile tepat dan berguna untuk digunakan individu di masa pandemi Covid-19.

Pengaruh Sikap terhadap Niat Menggunakan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif terhadap niat menggunakan pembayaran mobile. Hal ini terlihat dari hasil statistik yang menunjukkan bahwa nilai koefisien dan *p-value* jalur yang telah diuji yaitu $\beta = 0.80$, *p-value* < 0.01, sehingga hipotesis 5 didukung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa sikap menjadi faktor penentu niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi (Ardiyanto & Kusumadewi, 2019; Aslam et al., 2017; Liébana-cabanillas et al., 2017; Luna et al., 2019; Patil et al., 2020; Zhu et al., 2012).

Sikap merupakan faktor penting dalam memberikan pengaruh positif terhadap niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi (Dwivedi et al., 2019). Perasaan atau sikap positif terhadap layanan pembayaran mobile yang tinggi akan memunculkan niat yang tinggi pula untuk menggunakan layanan tersebut. Lebih jauh, sikap positif tersebut muncul karena ekspektasi mereka terhadap manfaat yang akan didapatkan ketika menggunakan layanan pembayaran mobile di masa pandemic Covid-19 (Bailey et al., 2017). Contohnya, dapat menghindari atau mengurangi kemungkinan penggunaannya dari risiko penyebaran virus tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan, *facilitating condition* dan *compatability* memiliki pengaruh positif

terhadap sikap individu pada layanan pembayaran mobile. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan yang kuat terhadap niat menggunakan layanan pembayaran mobile. Namun, hasil penelitian ini tidak menemukan pengaruh yang positif dan signifikan dari keamanan teknologi terhadap sikap pada layanan pembayaran mobile.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini antara lain (1) penyedia layanan pembayaran mobile diharapkan dapat meningkatkan fitur-fitur yang memberikan kemudahan penggunaannya untuk melakukan transaksi keuangan. (2) Penyedia layanan pembayaran mobile diharapkan dapat menambah dan memperluas infrastruktur pada berbagai macam sektor bisnis untuk mempermudah transaksi pembayaran yang dilakukan penggunaannya dengan lebih mudah di masa pandemi Covid-19 yang menuntut diberlakukannya pembatasan fisik dan sosial bagi masyarakat. (3) Perusahaan yang beroperasi di bidang retail diharapkan untuk mengadopsi teknologi pembayaran mobile untuk memudahkan konsumen melakukan transaksi pada masa pandemi Covid-19. (4) Variabel yang mempengaruhi sikap dan niat menggunakan pembayaran mobile dalam penelitian ini hanya empat variabel, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas faktor-faktor yang menjadi penentu sikap dan niat menggunakan dengan menambahkan variabel lainnya seperti kebiasaan, kepercayaan, *performance expectancy*, *effort expectancy*, pengaruh sosial. Dengan begitu, penelitian selanjutnya dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi sikap dan niat menggunakan teknologi khususnya teknologi pembayaran mobile di Indonesia.

PERNYATAAN

Penelitian ini dibiayai oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan

Teknologi sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2021 dengan no. Kontrak 065/SP2H/LT/DPRM/2021 tanggal 18 Maret 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes. *European Review of Social Psychology*, 11(1), 1–33.
- APJII. (2017). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. *Apjii*, 51.
<https://apjii.or.id/survei2018s/download/TK5oJYBSyd8iqHA2eCh4FsGELm3ubj>
- APJII. (2018). Penetrasi & profil perilaku pengguna internet indonesia 2018. *APJII*.
- APJII. (2019). *Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2)*. <https://apjii.or.id/survei>
- Ardiyanto, F., & Kusumadewi, H. (2019). Pengintegrasian Technology Acceptance Model (TAM) dan Kepercayaan Konsumen pada Marketplace Online Indonesia. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 177–192.
- Aslam, W., Ham, M., & Arif, I. (2017). Consumer Behavioral Intentions towards Mobile Payment Services: An Empirical Analysis in Pakistan. *Trziste*, 29(2), 161–176.
- Baddeley, M. (2004). Using e-cash in the New Economy: An economic analysis of micro payments systems. *Journal of Electronic Commerce Research*, 5(4), 239–253.
- Bae, S., Mo Kwon, J., & Bosley, A. (2020). Factors influencing consumers' rejection to smartphone transactions in the lodging industry. *International Hospitality Review*, 34(1), 29–40.
- Bailey, A. ., Pentina, I., Mishra, A. ., & Mimoun, M. S. . (2017). Mobile payment adoption by US Consumers: an extended TAM. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(6), 1–17.
- Bauer, H. H., Reichardt, T., & Schüle, A.

- (2005). User requirements for location based services. *Proceedings of the IADIS International Conference in e Commerce*, 211–218.
- BI. (2014). Siaran Pers: Bank Indonesia mencanangkan gerakan nasional non tunai. *Bank Indonesia*. https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp_165814.aspx
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618.
- Chen, L. da, Gillenson, M. L., & Sherrell, D. L. (2002). Enticing online consumers: An extended technology acceptance perspective. *Information and Management*, 39(8), 705–719.
- Chuah, S. H. W., Rauschnabel, P. A., Krey, N., Nguyen, B., Ramayah, T., & Lade, S. (2016). Wearable technologies: The role of usefulness and visibility in smartwatch adoption. *Computers in Human Behavior*, 65, 276–284.
- CnnIndonesia. (2020). Warna-warni Negara Terapkan Lockdown Lawan Corona. *CNN Indonesia*.
- Cox, D. F., & Rich, S. U. (1964). Perceived Risk and Consumer Decision-Making: The Case of Telephone Shopping. *Journal of Marketing Research*, 1(4), 32–39.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness , Perceived , And User Acceptance. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339.
- 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.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). *Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) : Towards a Revised Theoretical Model*. 21, 719–734.
- Fan, J., Shao, M., Li, Y., & Huang, X. (2018). *Understanding users ' attitude toward mobile payment use A comparative study between China and the USA*. 118(3), 524–540.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: an Integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Hair, J. J. ., Hult, G. T. ., Ringle, C. ., & Sarstedt, M. (2014). A premier on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). In *SAGE Publication*. SAGE Publication.
- Ikhsan, K., & Sunaryo, D. (2020). Technology Acceptance Model, Social Influence and Perceived Risk in Using Mobile Applications: Empirical Evidence in Online Transportation in Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(2), 127–138.
- KominfoRI. (2020). 3M dan 3T, Jurus Pemerintah Cegah Penyebaran Covid-19. *Kominfo RI*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30757/3m-dan-3t-jurus-pemerintah-cegah-penyebaran-covid-19/0/berita>
- Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., & Sinha, N. (2020). *Assessment of mobile technology use in the emerging market : Analyzing intention to use m-payment services in India*. 44(9), 102009.
- Liébana-cabanillas, F., Luna, I. R. De, & Montoro-, F. (2017). Intention to use new mobile payment systems : a comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(01), 724–742.
- Luna, I. R. ., Liébana-cabanillas, F., Sánchez-fernández, J., & Muñoz-leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same : The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting & Social Change*, 146(September), 931–944.
- Lwin, M., Wirtz, J., & Williams, J. D. (2007). Consumer online privacy concerns and responses: A power–responsibility equilibrium perspective. *Journal of the*

- Academy of Marketing Science*, 35(4), 572–585.
- Mashabi, S. (2020). 6 Bulan Pandemi Covid-19: Catatan tentang PSBB dan Penerapan Protokol Kesehatan. *Nasional.Kompas.Com*.
<https://nasional.kompas.com/read/2020/09/03/09002161/6-bulan-pandemi-covid-19-catatan-tentang-psbb-dan-penerapan-protokol?page=all>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). Technology in Society A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59(November), 101151.
- Natarajan, T., Balasubramanian, S. A., & Kasilingam, D. L. (2017). Understanding the intention to use mobile shopping applications and its influence on price sensitivity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 37(July 2016), 8–22.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Computers in Human Behavior Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(August), 404–414.
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). International Journal of Information Management Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54(October), 102144.
- Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. . (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1), 37–54.
- Rafdinal, W., & Senalasar, W. (2021). Predicting the adoption of mobile payment applications during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Bank Marketing*, 39(6), 984–1002.
- Rogers, E. . (2003). *Diffusion of Innovations* (fifth). The Free Press.
- Salisbury, W. D., Pearson, R. A., Pearson, A. W., & Miller, D. W. (2001). Perceived security and World Wide Web purchase intention. *Industrial Management & Data Systems*, 101(4), 165–177.
- Sinha, M., Majra, H., Hutchins, J., Saxena, R., Sinha, M., & Hutchins, J. (2019). Mobile payments in India: the privacy factor. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 192–209.
- Sudono, F. S., Adiwijaya, M., & Siagian, H. (2020). *The Influence of Perceived Security and Perceived Enjoyment on Intention to Use with Attitude Towards Use as Intervening Variable on Mobile Payment Customer in Surabaya*. 3(1), 37–46.
- Tornatzky, L. ., & Klein, K. . (1982). Innovation Characteristics and Innovation Adoption-Implementation: A Meta-Analysis of Findings. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 29(1), 28–45.
- Tsiakis, T., & Sthephanides, G. (2005). The concept of security and trust in electronic payments. *Computers and Security*, 24(1), 10–15.
- Utomo, A. . (2020). WHO Umumkan Virus Corona sebagai Pandemi Global. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/global/read/2020/03/12/001124570/who-umumkan-virus-corona-sebagai-pandemi-global?page=all>
- Venkatesh, V., & Davis, F. . (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Venkatesh, V., Morris, M. ., Davis, G. ., & Davis, F. . (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. *MIS Quarterly*, 27(3),

Muhammad Nurhuala Huddin, Martina Rahmawati Masitoh, Khairul Ikhsan
Kemudahan penggunaan, facilitating condition, keamanan teknologi dan compatibility terhadap niat menggunakan pembayaran mobile di Indonesia.

425–478.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.

WHO. (2021). Coronavirus Disease (COVID-19) Advice for the Public. *WHO*.

<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for->

public

Wu, J. H., & Wang, S. C. (2005). What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information and Management*, 42(5), 719–729.

Zhu, D., Linb, C. T., & Hsu, Y. (2012). Using the technology acceptance model to evaluate user attitude and intention of use for online games. *Total Quality Management & Business Excellence*, 23(7–8), 965–980.