



## JOURNAL OF ACCOUNTING ISSUES

ISSN: 2985-6027  
E-ISSN: 2985-5713  
VOLUME 2 NO 1. 2023  
PP: 1-25

### **PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *INTENTION TO USE FINANCIAL TECHNOLOGY* DENGAN *ATTITUDE TOWARD USING* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA UMKM DI KECAMATAN PANAKUKKANG KOTA MAKASSAR)**

**Andi Navira Indyani Tamar<sup>1</sup>, Sumardi, Muhammad Sobarsyah**  
Hasanuddin University, Makassar, Indonesia. E-mail:

#### **Abstract**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* terhadap *intention to use e-wallet (fintech)* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening Studi pada UMKM di Kecamatan Panakukkang Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dan sebanyak 100 sampel responden yang memenuhi kriteria bersedia merespon penelitian ini melalui kuesioner. Teknik pengambilan data yaitu data primer atau data yang diambil langsung dari responden melalui kuesioner dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan partial least square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*, *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet (fintech)*, *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*, *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet (fintech)*, *attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet (fintech)*, *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet (fintech)* melalui *attitude toward using* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet (fintech)* melalui *attitude toward using*

**Keywords:** Fintech, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, intention to use e-wallet

#### **A. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada saat ini, menawarkan banyak kemudahan bagi manusia. Perkembangan teknologi yang cepat, pola hidup masyarakat, pengetahuan masyarakat dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan serta perkembangan teknologi digital telah mengubah gaya hidup masyarakat masa kini yang dekat dengan *gadget* dan *Interne*. Hal ini mendorong perkembangan bisnis berbasis teknologi digital, salah satunya adalah *Financial Technology (Fintech)*.

*Fintech* merupakan sistem keuangan berbasis teknologi yang menghasilkan produk, layanan, teknologi dan/atau model bisnis baru. Berbagai jenis produk *payment* telah

meramaikan industri *Fintech* seperti: *e-money card*, *kartu e-toll*, *e-wallet*, dan bentuk aplikasi lain dengan berbagai merk seperti: *Go pay*, *OVO*, *Dana*, *Sakuku*, *LinkAja*, *Jenius*, *Octo Go Mobile*, *Doku*, *Mega Mobile*, *iSaku* dan yang lain. transaksi dompet digital dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Menurut Bima Laga, Ketua Bidang Ekonomi Digital Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA) *e-wallet* makin banyak digunakan tidak hanya untuk transaksi *online* tetapi juga di *merchant offline*, sehingga makin banyak orang yang *cashless*. Hal tersebut tentunya harus menjadi pertimbangan para pelaku UMKM untuk mengadopsi *e-wallet* dalam bisnis mereka. Untuk saat ini pemanfaatan sistem *financial technology* pada UMKM di Indonesia mulai terlihat pada pembayaran menggunakan sistem *e-wallet*. Menurut data Bank Indonesia pada bulan September 2020 tercatat sebanyak 4,7 juta *merchant* telah menggunakan standarisasi sistem pembayaran digital atau *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* dalam bertransaksi secara non tunai dimana dari data tersebut, sebanyak 85% adalah pelaku UKM ([www.ekbis.sindonews.com](http://www.ekbis.sindonews.com)).

Makassar sendiri sebagai Ibu Kota Provinsi Sulawesi Selatan dan merupakan kota terbesar di Kawasan Timur Indonesia yang menghubungkan perdagangan dengan Indonesia Bagian Timur karena letaknya strategis menjadikannya magnet bagi pengembangan usaha bisnis dan UMKM menjadi salah satu pilihan yang tepat. Merujuk pada data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Kota Makassar, jumlah usaha kecil dan menengah yang ada mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, yang dimana jumlah pelaku UMKM di kota Makassar sejauh ini adalah 15.075 yang bergerak di berbagai bidang. Berikut data jumlah UKM yang ada di Kota Makassar,

Tabel Data Jumlah UKM di Kota Makassar

NO	KECAMATAN	JUMLAH UKM	JUMLAH UMKM
1	Tallo	614	429
2	Wajo	294	160
3	Tamalate	2.717	668
4	Mariso	960	242
5	Mamajang	1330	305
6	Tamalanrea	853	150
7	Bontoala	609	139
8	Panakuk kang	855	355
9	Ujungpandang	676	415
10	Makassar	894	256
11	Manggala	2.300	1.199
12	Ujung tanah	351	207
13	Rappocini	1.302	551
14	Biringkanaya	1.151	225
15	Sangkarrang	894	86
<b>Jumlah</b>		<b>15.075</b>	<b>5.387</b>

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar (2022)

Merujuk pada data Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar, jumlah pelaku UKM sejauh ini sebanyak 15.075 yang bergerak pada beragam sektor. Saat ini perkembangan

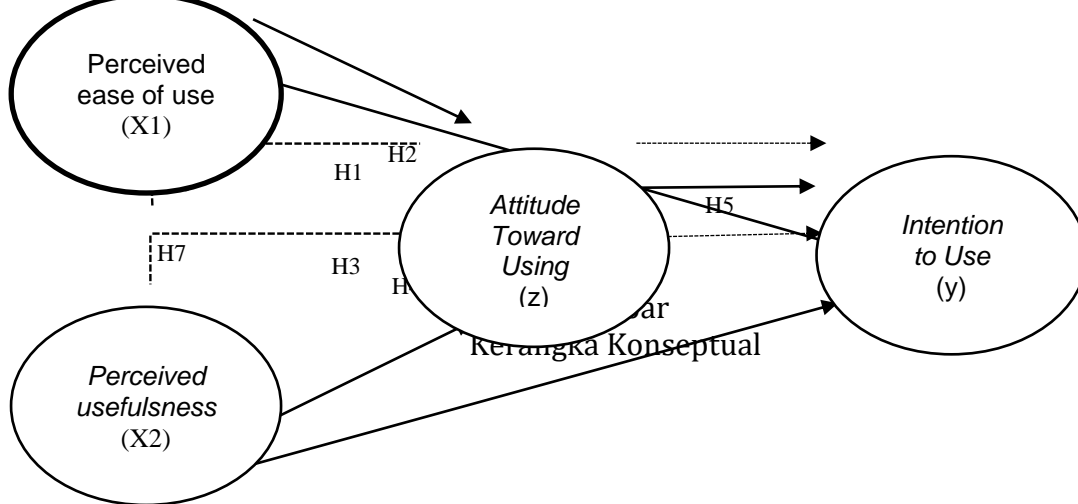
teknologi semakin maju mendorong aktifitas masyarakat dalam meningkatkan kebutuhan akan barang dan jasa. Dengan berjalannya waktu perkembangan teknologi memudahkan pengguna dalam melakukan pembelian dengan sistem pembayaran transaksi tunai menjadi non tunai, semakin berkembangnya teknologi menjadikan jumlah konsumen semakin meningkat sehingga teknologi menjadi bagian penting dari sistem fitur pembayaran non tunai, dan tidak dapat di sangka kebutuhan dan gaya hidup masyarakat dapat menjadikan tujuan di dalam ekonomi digital dalam menggunakan elektronik e-wallet.

Luckandi (2018) melakukan riset tentang analisis transaksi pembayaran menggunakan *Fintech* pada UMKM di Indonesia menyatakan bahwa kenyamanan, keamanan, kesesuaian transaksi serta kemudahan dalam bertransaksi merupakan faktor yang mendukung pelaku UMKM untuk menggunakan *Fintech* dan hal-hal yang berkaitan dengan faktor pendukung yaitu berupa kemudahan pencatatan, kemudahan proses transaksi serta meningkatkan penjualan menurut Jogiyanto (2016).

Menurut Ajzen (2019), *intention* di asumsikan sebagai faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, seberapa besar usaha pengguna untuk mencoba dan merencanakan sebuah pembelian yang akan mempengaruhi perilaku mereka. Seorang individu apabila menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya maka disaat itulah dia akan berminat untuk menggunakannya lagi dan akan mendatangkan kepuasan (Aulina, 2018). *Intention to use* atau suatu keinginan (niat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. *Attitude toward using* atau sikap terhadap penggunaan dalam *Technology Acceptance Model* didefinisikan oleh Davis *et al.* (1989) sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap individu yang mendukung penggunaan teknologi sistem informasi akan secara otomatis mendorong pemanfaatan serta penggunaan teknologi sistem informasi. Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) adalah suatu anggapan individu bahwa dengan menggunakan teknologi maka tidak akan mengeluarkan usaha yang lebih atau dengan kata lain bahwa menggunakan teknologi tidak mempersulit pekerjaannya (Davis, 1986). *Perceived ease of use* menunjukkan tingkat dimana seseorang yakin bahwa penggunaan suatu system adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras untuk menggunakannya.

Selain faktor persepsi kemudahan penggunaan yang mempengaruhi niat dalam menggunakan teknologi, faktor lainnya ialah persepsi manfaat. Persepsi manfaat adalah dimana seseorang percaya bahwa sejauh mana kinerja dapat meningkatkan pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi (Jogiyanto dalam Ahmad & Pambudi, 2013). Menurut Dalcher dan Shine dalam Bayu & Dewa (2019) menjelaskan persepsi manfaat sebagai perjanjian kepercayaan bahwa teknologi dapat mampu meningkatkan usaha seseorang. Menurut Davis *et al* dalam jurnal Ahmad & Pambudi (2013) persepsi manfaat yaitu dimana seseorang percaya akan teknologi dan meningkatkan suatu kinerja seseorang dalam usahanya. Sedangkan menurut Rahmatsyah dalam Marchelina & Pratiwi (2016) mengatakan bahwa persepsi manfaat yaitu sebagai probabilitas subyektif untuk memakai suatu aplikasi guna memudahkan kinerja bagi pekerjaanya.

## 1. KERANGKA KONSEPTUAL



## B. METODOLOGI

### 1. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Pelaku UMKM di Kecamatan Panakukkang Kota Makassar. Waktu yang diperlukan dalam melakukan penelitian ini kurang lebih 1 bulan dengan perhitungan waktu mulai dari ijin melakukan penelitian pada objek penelitian.

### 2. JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis :

- Data kualitatif diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar, baik melalui informasi yang diberikan secara lisan maupun tertulis.
- Data kuantitatif yang diambil berdasarkan tanggapan responden yang berupa lisan (verbal) dan tulisan (kuesioner).

Sumber data:

- Data primer diperoleh langsung dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar.
- Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber lain yang sudah diolah sebelumnya menjadi informasi tertulis yang berkaitan dengan obyek penelitian.

### 3. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

- Interview
- Kuesuiner
- Studi Pustaka
- Dokumentasi

#### 4. POPULASI DAN SAMPEL

Populasi : populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kecamatan Panakukkang kota Makassar berjumlah 355.

Sampel : Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama terhadap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu atau kriteria tertentu. Adapun pertimbangan atau kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi UKM Kota Makassar
2. UMKM yang memiliki alamat yang jelas
3. Sudah menjalankan usaha lebih 3 tahun

Berdasarkan seleksi pemilihan sampel tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebesar 100 sampel responden yang dipilih secara purposive.

### C. ANALISIS DAN DISKUSI

#### 1. Deskripsi dan Karakteristik Obyek Penelitian

##### a. LETAK GEOGRAFIS KECAMATAN PANAKUKKANG

Kecamatan Panakkukang merupakan salah satu dari 14 Kecamatan di Kota Makassar yang berbatasan dengan Kecamatan Tallo di sebelah utara, Kecamatan Tamalanrea di sebelah timur, Kecamatan Rappocini di sebelah selatan dan di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Makassar.

Kecamatan Panakukang merupakan daerah bukan pantai dengan topografi ketinggian 500 m dari permukaan laut. Menurut jaraknya, letak masing-masing kelurahan ke ibukota kecamatan berkisar antara 1-2 km. Kecamatan Panakkukang terdiri dari 11 kelurahan dengan luas wilayah 17,05 km.

Tabel Luas Kelurahan di Kecamatan Panakukang

No.	Kecamatan	Luas (km <sup>2</sup> )
1.	Paropo	1,94
2.	Karampuang	1,46
3.	Pandang	1,16
4.	Masale	1,32
5.	Tamamaung	1,27
6.	Karuwusi	0,85
7.	Sinrijalla	0,17
8.	Karuwusi Utara	1,72
9.	Pampang	2,63
10.	Panaikang	2,35
11.	Tello Baru	2,18
	Jumlah	17,5

Sumber : BPS Kota Makassar

Dari luas wilayah pada tabel di atas, tampak bahwa kelurahan Pampang memiliki wilayah terluas yaitu 2,63 km<sup>2</sup>, terluas kedua adalah kelurahan Panaikang dengan luas wilayah

2,35 km<sup>2</sup>, sedangkan yang paling kecil luas wilayahnya adalah kelurahan Sinrijala dengan luas 0,17 km<sup>2</sup>. Kecamatan Panakukang terdiri atas 470 RT dan 88 RW.

#### PROFIL DINAS KOPERASI DAN UKM KOTA MAKASSAR

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2009 tentang Pembentukan Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Makassar mempunyai tugas pokok membantu walikota dalam merumuskan, membina dan mengendalikan kebijakan dibidang perkoperasian. Usaha Kecil dan Menengah mempunyai fungsi: Penyusunan rumusan kebijakan teknis dibidang Koperasi, Usaha Kecil Menengah;

- a. Perumusan rencana dan program pengaturan, pengurusan pendaftaran pengesahan serta pembubaran Koperasi;
- b. Pengendalian dan perencanaan teknis operasional penyuluhan Koperasi
- c. Penyusunan rencana pembinaan pengelola Koperasi Simpan Pinjam
- d. Pemberian perizinan dan pelayanan umum dibidang perkoperasian serta
- e. Pembinaan unit pelaksana teknis

Dengan peraturan daerah ini, maka kedudukan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Makassar merupakan unsur pelaksana Pemerintah Kota yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah .

#### b. VISI MISI DINAS KOPERASI DAN UKM KOTA MAKASSAR

##### 1. Visi

Visi adalah suatu gambaran dan cita-cita tentang keadaan dimasa depan yang ingin diwujudkan oleh instansi pemerintah dengan mengacu pada batasan tersebut. Visi Dinas koperasi dan UKM Kota Makassar sebagai berikut:

*“Terwujudnya Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang kuat dan kompetitif bagi pengembangan daerah”*

##### 2. Misi

Untuk merealisasikan visi yang telah ditetapkan dalam lima tahun kedepan yang bertumpu pada potensi dan sumber daya yang dimiliki serta ditunjang oleh semangat kebersamaan, tanggung jawab yang optimal dan proporsional, maka misi Dinas Koperasi dan UKM kota Makassar sebagai berikut:

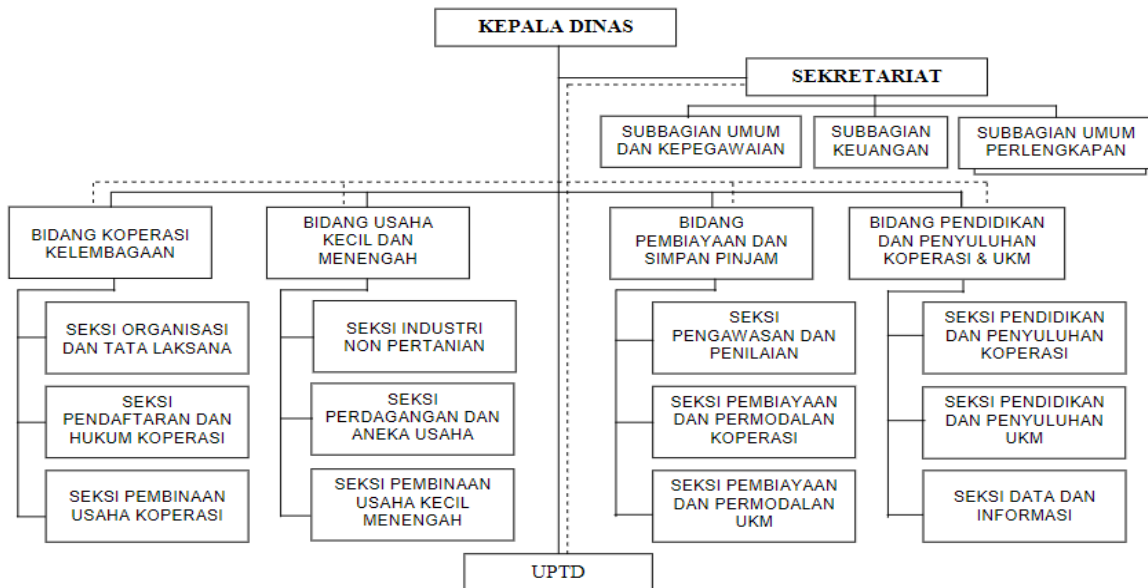
- Meningkatkan peranan dan daya dukung organisasi unit kerja bagi pengembangan kegiatan usaha serta meningkatkan kapasitas kelembagaan Koperasi dan UKM.
- Membangun sinergitas positif antar koperasi, UKM dan masyarakat dalam peningkatan produktivitas.
- Meningkatkan daya saing komoditi unggulan daerah dengan pemanfaatan sumber daya local untuk kemandirian Koperasi dan UKM bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan daerah.
- Memberikan pelayanan public yang berkualitas, cepat, tepat, transparan dan akuntabel serta pembinaan, pengawasan dan pengendalian untuk memberi peluang dalam menggerakkan regulasi usaha.

Memberikan peluang usaha yang seluas-luasnya kepada koperasi dan UKM dengan training keterampilan gratis dan dana bergulir tanpa anggaran.

c. STRUKTUR ORGANISASI DINAS KOPERASI DAN UKM KOTA MAKASSAR

Dalam suatu organisasi, badan usaha, ataupun instansi membutuhkan adanya struktur organisasi. Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau kegiatan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Struktur organisasi berperan menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda tersebut diintegrasikan (koordinasi). Tugas yang dikerjakan secara terorganisir seharusnya terselesaikan dengan lebih baik dan lebih cepat daripada tugas yang sama yang dikerjakan dengan tidak terorganisir. Struktur organisasi di Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar

Gambar Struktur organisasi Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar



Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar

a. Seksi industri Non Pertanian, mempunyai tugas menyusun rencana, melakukan inventarisasi, memberikan bimbingan, memonitor dan mengevaluasi, serta melakukan konsultasi dalam rangka pembinaan pengusaha kecil dan menengah dibidang industri non pertanian. Dalam melaksanakan tugas, seksi industri Non Pertanian menyelenggarakan fungsi:

- Menyusun rencana kerja pada seksi industri Non Pertanian.
- Mengadakan inventarisasi data dan pengelompokkan pengusaha kecil dan menengah dibidang industri non pertanian.
- Melakukan monitoring, evaluasi terhadap perkembangan pengusaha kecil dan menengah dibidang industri non pertanian.
- Mengumpulkan, mencatat dan mengklasifikasi data teknis pengusaha kecil dan menengah dibidang produksi dan niaga hasil industri/kerajinan rakyat non pertanian.

- b. Seksi perdagangan dan aneka usaha mempunyai tugas menyusun rencana, melakukan inventarisasi, memberi bimbingan, memonitor dan mengevaluasi, serta melakukan konsultasi dalam rangka pembinaan pengusaha kecil dan menengah dibidang perdagangan dan aneka usaha. Dalam melaksanakan tugas, seksi perdagangan dan aneka menyelenggarakan fungsi:
- Menyusun rencana kerja pada seksi perdagangan dan aneka usaha.
  - Melakukan inventarisasi data dan pengelompokkan pengusaha kecil dan menengah dibidang perdagangan dan aneka usaha.
  - Melakukan monitoring terhadap pelaksana keppers Tahun 1994. Keppres No. 24 Tahun 1995 tentang pengadaan barang dan jasa pemerintah oleh golongan ekonomi lemah.
  - Melakukan monitoring tetang pelaksanaan penyaluran, pemanfaatan pengembalian dana BUMN/BUMD serta BUMS dan lembaga perbankan yang diperoleh pengusaha kecil dan menengah.
  - Melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan pembinaan pengusaha kecil dan menengah serta perdagangan dan aneka usaha
- c. Seksi pembinaan usaha kecil dan menengah mempunyai tugas menyusun rencana dan melakukan penjabaran pembinaan dan pengembangan usaha dibidang Usaha kecil dan menengah. Dalam melaksanakan tugas, seksi pembinaan usaha kecil dan menengah menyelenggarakan fungsi:
- Menyusun rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya.
  - Mempersiapkan teknis pembinaan dan bimbingan kepada pengusaha kecil dan menengah dibidang industri non pertanian.
  - Melakukan pembinaan dalam bentuk konsultasi, pelatihan, studi banding, pemagangan, pameran dan temu kemitraan bagi pengusaha kecil dan mencegah dibidang industri non pertanian.
  - Melakukan konsultasi dan pengambilan data pada instansi terkait dalam rangka pembinaan pengusaha kecil dan menengah disbanding industri non pertanian.
  - Mempersiapkan teknis pembinaan dan bimbingan kepada pengusaha kecil dan menengah dibidang perdagangan dan aneka usaha.

#### KARAKTERISTIK INFORMAN

##### 1. KARAKTERISTIK INFORMAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	48	48%
2	Perempuan	52	52%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, distribusi informan jenis kelamin menunjukkan bahwa 48 informan laki-laki, atau 48%, dan 52 informan perempuan, atau 52%.

##### 2. KARAKTERISTIK INFORMAN BERDASARKAN USIA

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	18-20	5	5%



2	21-30	62	62%
3	31-40	29	29%
4	41-50	3	3%
5	>50	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari tabel diatas, mayoritas berada pada interval usia 21-30 tahun dengan jumlah 62 responden dengan tingkat persentase sebesar 62%, 29 orang responden yang berada pada interval usia 31-40 tahun dengan persentase sebesar 29%, 5 orang responden berada pada interval usia 18-20 tahun dengan persentase 5%, dan 1 orang responden yang berada pada interval 50 tahun dengan presentase 1%.

### 3. KARAKTERISTIK INFORMAN BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	SMA/SMK	38	38%
2	D3	9	9%
3	S1	47	47%
4	S2	6	6%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil data dari penyebaran 100 kuesioner, mayoritas tingkat pendidikan responden UMKM Kota Makassar yaitu S1 yang berjumlah 47 orang dengan persentase sebesar 47%, responden UKM Kota Makassar juga banyak berasal dari lulusan SMA/SMK sebesar 38 orang responden dengan persentase sebesar 38%. Pendidikan D3 berjumlah 9 orang dengan presentase 9% dan pendidikan S2 berjumlah 6 orang dengan presentase 6%.

### 4. KARAKTERISRIK BERDASARKAN TENAGA KERJA

#### Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Tenaga Kerja

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	<4	76	76%
2	4-5	14	14%
3	6-7	7	7%
4	>7	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil data dari penyebaran 100 kuesioner kepada para pelaku UMKM di Kota Makassar, dapat diketahui bahwa terdapat 76 orang responden yang memiliki tenaga kerja <4 orang dengan persentase sebesar 76%, 14 orang responden yang memiliki tenaga kerja sebanyak 4-5 orang dengan persentase sebesar 14%, dan 7 orang responden memiliki tenaga kerja sebanyak 6-7 orang dengan persentase 7%, serta 3 orang responden dengan tenaga kerja sebanyak >7 orang dengan presentasi responden 3%

### 5. KARAKTERISRIK BERDASARKAN LAMANYA USAHA

Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha

No	Tahun	Frekuensi	Persentase (%)
1	2014	3	3%
2	2015	10	10%
3	2016	17	17%
4	2017	29	29%
5	2018	41	41%
Total		100	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2023

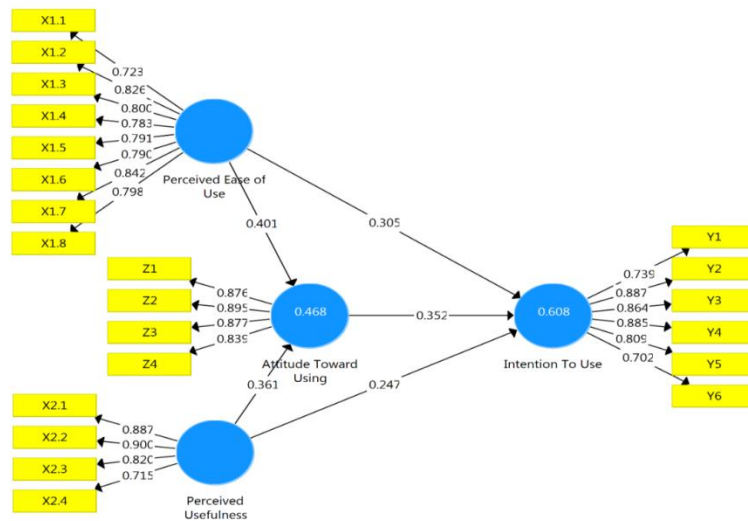
Berdasarkan hasil data dari penyebaran 100 kuesioner kepada para pelaku UKM di Kota Makassar, dapat diketahui bahwa terdapat 3 orang responden yang memulai usahanya sejak tahun 2014 dengan persentase sebesar 3%, 10 orang responden yang memulai usahanya sejak tahun 2015 dengan persentase sebesar 10%, kemudian terdapat 17 orang responden yang memulai usahanya sejak tahun 2016 dengan persentase sebesar 17%, dan 29 orang reponden yang memulai usahanya sejak tahun 2017 dengan persentase sebesar 29%, serta 41 orang responden yang memulai usahanya sejak tahun 2018 dengan persentase sebesar 41%.

**2. Hasil Penelitian**

**HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS DATA**

a. Analisa *Outer Model*

*Outer model* melihat hubungan antar variabel dengan indikator- indikatornya. Pengujian yang dilakukan pada analisa outer model yaitu *Convergent validity*, *composite reability*, *Average Variance Extracted (AVE)* dan *Cronbach's Alpha*.



Sumber: Data

diolah SmartPLS, 2023 Gambar Model Konstruk

b. Uji Validitas

Pengujian validitas konstruk dapat dilakukan dengan memperhatikan kuat tidaknya korelasi antara konstruk dan indikator pembentuk konstruk, serta hubungannya yang lemah dengan konstruk lainnya. Validitas konstruk terdiri dari dua bagian yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan.

*a. Convergent Validity*

Tabel Outer Loading

	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness	Intention To Use	Attitude Toward Using
X1.1	0,723			
X1.2	0,826			
X1.3	0,800			
X1.4	0,783			
X1.5	0,791			
X1.6	0,790			
X1.7	0,842			
X1.8	0,798			
X2.1		0,887		
X2.2		0,900		
X2.3		0,820		
X2.4		0,715		
Y1			0,739	
Y2			0,887	
Y3			0,864	
Y4			0,885	
Y5			0,809	
Y6			0,702	
Z1				0,876
Z2				0,895
Z3				0,877
Z4				0,839

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua *loading factor* memiliki nilai diatas 0,7 sehingga konstruk untuk semua variabel sudah baik.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dijalankan oleh PLS Algorithm untuk I indikator-indikator dalam tabel 5.12 yang valid diperoleh nilai AVE seperti pada tabel berikut:

Tabel Hasil Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average Variance Extracted (AVE)
Perceived Ease of Use	0,632
Perceived Usefulness	0,695
Intention To Use	0,669
Attitude Toward Using	0,760

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai AVE untuk semua variabel berada di atas 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel memenuhi validitas konvergen karena memiliki nilai loading factor > 0,7 dan nilai AVE > 0,5.

*b. Discriminant Validity*

Terdapat dua metode yang dapat dilakukan untuk menilai *discriminant validity* yaitu membandingkan nilai *cross loadings* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Kedua, hasil *fornell larcker criterion* menunjukkan bahwa akar dari AVE pada konstruk harus lebih tinggi dibanding korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya pada model *discriminant validity* (Hair, 2014).

1) *Cross Loading*

Tabel Cross Loading

	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness	Intention To Use	Attitude Toward Using
X1.1	0,723	0,492	0,629	0,544
X1.2	0,826	0,535	0,672	0,567
X1.3	0,800	0,462	0,435	0,477
X1.4	0,783	0,367	0,432	0,463
X1.5	0,791	0,436	0,500	0,420
X1.6	0,790	0,562	0,525	0,408
X1.7	0,842	0,477	0,509	0,537
X1.8	0,798	0,524	0,509	0,487
X2.1	0,538	0,887	0,596	0,518
X2.2	0,595	0,900	0,540	0,496
X2.3	0,451	0,820	0,472	0,463
X2.4	0,440	0,715	0,531	0,533
Y1	0,485	0,489	0,739	0,466
Y2	0,645	0,583	0,887	0,614
Y3	0,527	0,518	0,864	0,573
Y4	0,556	0,554	0,885	0,601
Y5	0,528	0,474	0,809	0,609
Y6	0,552	0,544	0,702	0,510
Z1	0,518	0,540	0,581	0,876
Z2	0,526	0,573	0,630	0,895
Z3	0,574	0,508	0,591	0,877
Z4	0,549	0,492	0,607	0,839

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa nilai *loading factor* untuk setiap indikator dari masing-masing variabel laten memiliki nilai *loading factor* dari konstruk yang dituju lebih besar dibandingkan nilai loading konstruk yang lain jika dihubungkan dengan variabel laten lainnya. Hal ini berarti setiap variabel laten memiliki *discriminant validity* yang baik

karena nilai korelasi indikator terhadap konstraknya lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi indikator konstruk lainnya.

## 2) Fornell-Larcker Criterion

Untuk mendapatkan *discriminant validity* yang baik dari suatu model maka akar dari AVE pada konstruk harus lebih tinggi dibanding korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya pada model. Berikut adalah hasil *fornell-larcker criterion*:

Tabel Fornell-Larcker Criterion

	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness	Intention To Use	Attitude Toward Using
Perceived Ease of Use	0,795			
Perceived Usefulness	0,611	0,834		
Intention To Use	0,674	0,647	0,818	
Attitude Toward Using	0,621	0,606	0,691	0,872

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 5.15, maka terlihat semua akar dari AVE konstruk yang lebih tinggi dibanding korelasi konstruk variabel laten lainnya pada model. Dengan demikian, baik *cross loading* maupun *fornell-larkcer criterion* menunjukkan bukti bahwa konstruk pada model memiliki *discriminant validity*.

## 3. Uji Reliabilitas

Setelah menguji validitas konstruk, pengujian selanjutnya adalah uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan dua kriteria yaitu *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* (CA) dari blok indikator yang mengukur konstruk CR yang digunakan adalah untuk menampilkan reliabilitas yang baik. Suatu konstruk dinyatakan reliable apabila nilai *composite reliability* maupun *Cronbach's Alpha* > 0.7 meskipun 0.6 masih dapat diterima (Hair *et. al*, 2013).

Tabel Cronbach Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Perceived Ease of Use	0,917	0,921	0,932
Perceived Usefulness	0,850	0,853	0,900
Intention To Use	0,899	0,904	0,923
Attitude Toward Using	0,895	0,895	0,927

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel 5.16 bahwa hasil pengujian *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* untuk semua variabel menunjukkan nilai > 0.6. Menurut Hinton, *et. al* (2004) menyarankan empat poin untuk reliabilitas diantaranya adalah yang mencakup reliabilitas yang sangat baik (*excellent*) adalah >0.90, reliabilitas tinggi (*high*) 0.70-0.90, reliabilitas moderat (*moderate*) 0.50-0.70 dan reliabilitas rendah (*low reliability*) <0.50. Sehingga pada penelitian ini reliabilitasnya masuk kategori sangat baik karena berada diatas 0,9.

## 4. Structural Model (Inner Model)

Setelah melakukan evaluasi model dan diperoleh bahwa setiap konstruk telah memenuhi syarat *Covergent Valdity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*, maka yang berikutnya adalah evaluasi *model structural* yang meliputi pengujian *path coefficient*,

dan R2. *Inner model (inner relation, structural model, dan substantive theory)* menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif.

*Model structural* di evaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geiser Q-square test* untuk predictive relevan. Nilai R2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu, variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh substantive (Ghozali, 2014). Semakin tinggi nilai R2 maka semakin besar kemampuan variabel laten independen dapat menjelaskan variabel laten dependen.

Tabel Hasil R-Square

	R Square
Intention To Use	0,608
Attitude Toward Using	0,468

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa, nilai r square untuk variabel *intention to use* sebesar 0,608. Hal ini berarti 60,8% variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *attitude toward using* berpengaruh terhadap *intention to use*, sisanya 39,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa, nilai r square untuk variabel *attitude toward using* sebesar 0,468. Hal ini berarti 46,8% variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *attitude toward using*, sisanya 53,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

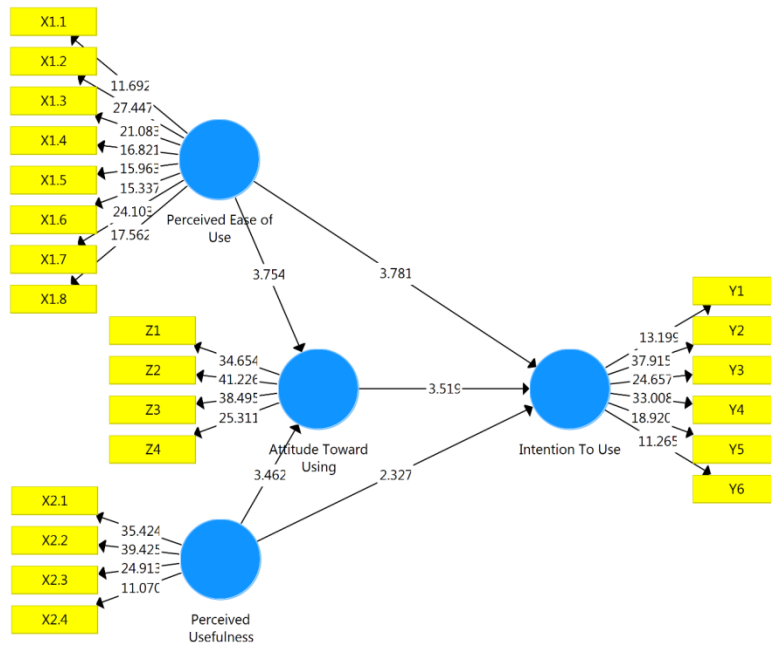
Setelah melihat nilai R-Square perlu juga dilakukan perhitungan untuk memperoleh nilai Q-Square dengan tujuan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Besarnya nilai Q Square yaitu semakin mendekati 1 berarti model semakin baik.

$$\begin{aligned}
 Q - Square &= 1 - [(1 - R_{21}) \times (1 - R_{22})] \\
 &= 1 - [(1 - 0,608) \times (1 - 0,468)] \\
 &= 0,791
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh nilai Q Square sebesar 0,791 yang menunjukkan bahwa besarnya keragaman data yang dapat dijelaskan dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebesar 79,1% dan sisanya 20,9% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian

## 5. Hasil Bootstrapping

Dalam PLS, pengujian setiap hubungan dilakukan dengan menggunakan simulasi dengan metode bootstrapping terhadap sampel. Pengujian ini bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidak normalan dalam penelitian. Hasil pengujian dengan metode bootstrapping dari PLS sebagai berikut:



Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

Gambar 1  
Diagram Path

Sementara itu untuk hasil perhitungannya dapat dilihat berdasarkan pengaruh langsungnya. Berikut hasil yang diperoleh.

#### 6. Analisis Pengaruh Langsung

Tabel Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using	0,401	0,398	0,107	3,754	0,000
Perceived Ease of Use -> Intention To Use	0,305	0,301	0,081	3,781	0,000
Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using	0,361	0,370	0,104	3,462	0,001
Perceived Usefulness -> Intention To Use	0,247	0,241	0,106	2,327	0,020
Attitude Toward Using -> Intention To Use	0,352	0,364	0,100	3,519	0,000

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

Dari hasil olah data diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung antar variabel, jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai sig<0.05 maka variabel tersebut berpengaruh secara signifikan. Berikut penjelasan untuk hasil uji diatas:

- a. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $3,754 > 1,985$ ), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*.
- b. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $3,781 > 1,985$ ), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.
- c. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $3,462 > 1,985$ ), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*.
- d. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $2,327 > 1,985$ ), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,020 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.
- e. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *attitude toward using* terhadap *intention to use* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $3,519 > 1,985$ ), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

#### 7. Analisis Pengaruh Tidak langsung

Tabel Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using -> Intention To Use	0,141	0,143	0,053	2,660	0,008
Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using -> Intention To Use	0,127	0,136	0,059	2,142	0,033

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2023

Dari hasil olah data diatas menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung antar variabel, jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai sig<0.05 maka variable tersebut berpengaruh secara signifikan. Berikut penjelasan untuk hasil uji diatas:

- a. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* melalui *attitude toward using* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $2,660 > 1,985$ ), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05



(0,008 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use* melalui *attitude toward using*.

- b. Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* melalui *attitude toward using* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel (2,142 > 1,985), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 (0,033 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* melalui *attitude toward using*.

### **3. Pembahasan**

#### **a. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using***

Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel (3,754 > 1,985), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Hal ini menunjukkan bahwa sikap seseorang untuk tetap menggunakan *e-wallet* sangat tergantung dari kemudahan yang dirasakan dalam bertransaksi melalui layanan *e-wallet*. Hal tersebut memperkuat pernyataan dari Fahmi natagor (2006) yang menyatakan bahwa faktor sikap (*attitude*) adalah salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Terciptanya suatu sikap dari diri seseorang untuk menggunakan suatu sistem tergantung pada kemudahan yang dirasakan saat mengoperasikan sistem tersebut. Berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *e-wallet* telah mendorong sikap para pelaku UMKM di kota Makassar untuk tetap menggunakan berbagai layanan yang ditawarkan oleh aplikasi *e-wallet* tersebut dalam mendukung aktivitas bisnis mereka. Suatu teknologi yang dapat dengan mudah dioperasikan atau digunakan akan mendorong pengembangan sikap yang positif terhadap teknologi tersebut (Gusni, Hurriyati dan Dirgantari, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Bangkara dan Mimba (2016); Rahmiati, Engriani, dan Putri (2019); Gusni, Hurriyati dan Dirgantari, (2020) menemukan hasil bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*.

#### **b. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use e-wallet (fintech)***

Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel (3,781 > 1,985), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila responden menggunakan teknologi tersebut akan merasakan manfaat dan mendapatkan kemudahan untuk tidak mengeluarkan tenaga lebih dalam melakukan suatu pekerjaan yang bersangkutan. Buktinya cukup melalui ponsel yang terinstall akun *e-wallet*, mereka dapat melakukan transaksi secara cepat dan mudah. Semakin mudah aplikasi *e-wallet* tersebut untuk digunakan transaksi maka semakin sering penggunaan *e-wallet* tersebut dilakukan,

Pelaku UMKM selaku responden dalam penelitian ini percaya bahwa penggunaan aplikasi *e-wallet* mudah dimengerti, mudah dipelajari serta mudah digunakan. seperti yang dijelaskan pada indikator dan teori TAM bahwa suatu teknologi akan sering digunakan jika seseorang merasa mudah dalam suatu pekerjaannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu & Dewa (2019) dan Cita (2018). bahwa

persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan pada minat untuk menggunakan uang elektronik

**c. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using***

Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $3,462 > 1,985$ ), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis ketiga diperoleh hasil bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Hal ini menunjukkan semakin banyak manfaat e-wallet yang dirasakan maka para pelaku UKM di kota Makassar maka akan bersedia menggunakan layanan *e-wallet* tersebut sebagai alat transaksi mereka. Menurut Anis Fakhrunnisa, pada jurnal terdahulu (2013) telah diketahui bahwa Persepsi Manfaat mempengaruhi suatu Sikap Penggunaan sistem atau teknologi dan dalam penelitian ini teori TAM sangat mendukung dimana dimensinya berpengaruh signifikan terhadap Sikap Penggunaan yang dirasakan pengguna tersebut. Dalam penelitian Widyawati (2018) menyebutkan bahwa sikap merupakan evaluasi dalam waktu lama tentang yang disukai seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan, tindakan terhadap beberapa objek atau ide. Hal ini penulis simpulkan berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan bahwa sikap penggunaan adalah hal utama yang harus diperhatikan dalam menentukan apakah seseorang mau menggunakan sistem dan aplikasi tersebut

**d. Pengaruh *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet (fintech)***

Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $2,327 > 1,985$ ), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,020 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis keempat diperoleh hasil bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use e-wallet (fintech)*.

Hasil ini menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik, di mana ketika dompet elektronik tersebut dianggap memiliki manfaat, maka semakin banyak yang menggunakannya. Dalam hal penggunaan dompet elektronik, manfaat yang dimaksudkan adalah untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemakaiannya. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang ada pada e-wallet saat ini sangat membantu aktifitas pelaku UKM khususnya dalam melakukan transaksi, seperti yang dijelaskan pada indikator dan teori TAM bahwa seseorang akan sering menggunakan suatu teknologi bila teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap e-wallet. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haidari & Tileng (2018) dan Elsa & Bulan (2019).

**e. Pengaruh *attitude toward using* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet (fintech)***

Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *attitude toward using* terhadap *intention to use* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $3,519 > 1,985$ ),

dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis kelima diperoleh hasil bahwa variabel *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

*Attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet* pada UKM di Kota Makassar diantaranya disebabkan karena para pelaku UKM memiliki sikap positif terhadap layanan *e-wallet* di mana mereka merasa senang karena jika melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* para konsumen dari pelaku UMKM dapat menikmati berbagai *cashback* dari jumlah transaksi mereka sehingga dapat meningkatkan pendapatan serta pengembangan bisnis dari para pelaku UMKM tersebut. Menurut riset Snapcart, sekitar 84% responden menggunakan *e-wallet* demi mendapatkan promosi, potongan harga/*cashback* ([www.marketeers.com](http://www.marketeers.com)). Pengguna juga merasa bahwa bertransaksi menggunakan *e-wallet* adalah ide yang bagus, karena dapat memberikan berbagai macam pilihan transaksi yang ditawarkan kepada para konsumen mereka dengan berbagai promo-promo menarik yang ada pada layanan *e-wallet* sehingga dapat menarik minat para konsumen mereka untuk berbelanja menggunakan layanan *e-wallet* tersebut.

Hal seperti itulah yang dapat membentuk sikap positif dari para pelaku UMKM terhadap layanan *e-wallet*, sehingga para pelaku UMKM di Kota Makassar merasa menggunakan *e-wallet*, adalah hal yang menyenangkan dan merupakan ide yang bagus. Hasil penelitian ini juga mendukung *Theory of Planned Behaviour* sebagai dasar teori variabel *attitude toward using* yang mengatakan bahwa sikap positif yang dimiliki seseorang dalam bentuk niat atau *intention* untuk mengadopsi sebuah layanan. Semakin baik penilaian atau sikap pengguna sebuah layanan maka niat mereka untuk menggunakannya juga akan semakin meningkat (Aslam *et al*, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Durman dan Musdholifah, (2020); Chawla dan Joshi, (2019); Auliana, (2018); Bangkara dan Mimba, (2016); Keong, (2016) yang menemukan hasil bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *intention to use*.

#### **f. Pengaruh *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet (fintech)* melalui *attitude toward using***

Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* melalui *attitude toward using* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $2,660 > 1,985$ ), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,008 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis keenam diperoleh hasil bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use e-wallet* melalui *attitude toward using*. Artinya terdapat pengaruh secara tidak langsung antara *perceived ease of use* terhadap *intention to use* melalui *attitude toward using* Sehingga hipotesis yang diajukan terbukti bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* melalui *attitude toward using*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* memunculkan sikap yang positif sehingga timbul niat yang tinggi untuk menggunakan layanan *e-wallet* tersebut.

Niat untuk menggunakan suatu teknologi dapat dipengaruhi oleh *perceived ease of use* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening. Pernyataan ini diperkuat

dengan penelitian Shanmugam et al. (2014); menyatakan bahwa *attitude toward using* mengintervening hubungan antara *perceived ease of use* dan *intention to use*. Begitu juga dengan penelitian Bangkara dan Mimba, (2016) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* memiliki hubungan yang positif terhadap *intention to use* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening.

Terciptanya suatu sikap dari diri seseorang untuk menggunakan suatu sistem tergantung pada kemudahan yang dirasakan saat mengoperasikannya. Pengguna tidak perlu bersusah payah dalam mengoperasikan suatu sistem teknologi karena sistem tersebut jelas dan mudah dimengerti (Agustina, 2016).

**g. Pengaruh *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet* melalui *attitude toward using***

Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* melalui *attitude toward using* diperoleh nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $2,142 > 1,985$ ), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,033 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis keempat diperoleh hasil bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use e-wallet(fintech)*. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya kemanfaatan dari penggunaan teknologi yang dirasakan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* memunculkan sikap yang positif sehingga timbul niat yang tinggi untuk menggunakan layanan *e-wallet* tersebut.

Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif yang dilakukan variable Sikap Pengguna secara keseluruhan dimensi memiliki nilai pada kategori sangat baik. Dapat diartikan bahwa E-Wallet telah memberikan pengaruh positif terhadap pemanfaatannya salah satunya dalam segi mempermudah untuk hal pembayaran sampai layanan yang beragam yang disediakan aplikasi E-Wallet untuk meringankan urusan sehari – hari para pengguna. Sehingga menambah minat untuk terus mengaplikasikan financial teknologi. Teori Davis (1989) mendefinisikan sebagai sejauh mana seseorang atau individu percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan bermanfaat dan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Dari teori ini penulis simpulkan bahwa dengan penggunaan pada aplikasi E-Wallet yang memberikan banyak manfaat bagi kebutuhan sehari – hari akan memberikan efek positif terhadap sikap pengguna dari aplikasi E-Wallet.

#### **D. KESIMPULAN**

1. *Perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *attitude toward using* pada UMKM di Kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa sikap seseorang untuk tetap menggunakan *e-wallet* sangat tergantung dari manfaat serta kemudahan yang dirasakan dalam bertransaksi melalui layanan *e-wallet*.
2. *Perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use e-wallet* melalui *attitude toward using* pada UMKM di Kota Makassar. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* memunculkan sikap yang positif sehingga timbul niat yang tinggi untuk menggunakan layanan *e-wallet* tersebut.
3. *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward using* pada UMKM di Kota Makassar. Semakin banyak manfaat *e-wallet* yang dirasakan maka

- para pelaku UKMM di kota Makassar maka akan bersedia menggunakan layana *e-wallet* tersebut sebagai alat transaksi mereka.
4. *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use e-wallet* pada UKM di Kota Makassar. Hal tersebut dapat diartikan bahwa bila manfaat dan kemudahan yang dirasakan masyarakat kota Denpasar dalam menggunakan *e-wallet* semakin tinggi maka akan semakin berminat untuk menggunakan *e-wallet*
  5. *attitude toward using* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to use e-wallet* pada UMKM di Kota Makassar. Semakin baik penilaian atau sikap pengguna sebuah layanan maka niat mereka untuk menggunakannya juga akan semakin meningkat
  6. *Perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use e-wallet* melalui *attitude toward using* pada UMKM di Kota Makassar. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* memunculkan sikap yang positif sehingga timbul niat yang tinggi untuk menggunakan layanan *e-wallet* tersebut.
  7. *Perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use e-wallet* melalui *attitude toward using* pada pelaku UMKM di Kota Makassar. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya kemanfaatan dari penggunaan teknologi yang dirasakan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* memunculkan sikap yang positif sehingga timbul niat yang tinggi untuk menggunakan layanan *e-wallet* tersebut.

## REFERENSI

- Agustina, E., & Risanto, Y. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Pengguna Internet Banking (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Kediri). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Ajzen, Ickk.1991. *The Theory of Planned Behavior*. Organization Behavior and Human Dcision Processes Journal. Vol. 50. No.2: 179-211
- Ariani, Meiliyah dan Zulhawati, 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Line Pay". *Jurnal, Conference on Management and Behavioral Studies*, Universitas Tarumanegara, Jakarta. ISSN No. 2541-3406, e-ISSN No. 2541-285x
- Ari, D. P. S. (2013). Pengaruh Technology Acceptance Model dan Pengembangannya dalam Perilaku Menggunakan Core Banking System. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 17(2).
- Arner, Douglas, Et.al. 2015. *The Evolution of Fintech: A new Post-crisis Paradigm?* Research Paper No.2015/047, University of Hong Kong Faculty of Law
- Asosiasi penyelenggara jasa *Internet* Indonesia, "survey: penetrasi dan perilaku pengguna Internet", 2018
- Aulina, R. (2018). *Pengaruh Teknologi Acceptance Model (TAM) pada Intention to Use internet Banking Perbankan Syariah dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel*

- Intervening: Studi pada Mahasiswa pelaku usaha di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Awaluddin, M. (2017). Pengaruh Kepribadian Entrepreneurship Islam Dan Akses Informasi Terhadap Strategi Bisnis Dan Kinerja Bisnis Usaha Kecil Di Kota Makassar. *Jurnal Iqtisaduna*, 3(1), 79-97.
- Awaluddin, M. (2014). Kajian Faktor Penentu Kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 2(2), 120-136.
- Baraja, Y. A., & Gunawan, J. (2020). Identifikasi Karakteristik Merchant dalam Mengadopsi Layanan Mobile Payment Studi Kasus: Merchant OVO dan Merchant Gopay di Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(2), D405-D410.
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi*, 2408-2434.
- Chawla, Deepak and Himanshu Joshi, 2019. Consumer Attitude and Intention to Adopt Mobile Wallet in India – An Empirical Study. *International Journal of Bank Marketing*. ISSN: 0265-2323
- Chin P.Lai, and Zainal A.A, Perceived Risk As An Extension To TAM Model : Consumers' Intention To Use A Single Platform E-Payment, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 9 (2) February 2015, pages :323-331
- Danuarta, Gede Leo Nadi & Gede Sri Darma. 2019. Determinants of Using Go-Pay and its Impact on Net Benefits. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*. Vol. 4. ISSN No:-2456-2165
- Davis, Fred D. 1986. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5 pp:319-339
- Deb, M. and David, E.L. (2014), "An empirical examination of customers' adoption of m-banking in India", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 32 No. 4, pp. 475-494.
- Departemen Agama RI, Al-Quran dan terjemahannya, (Bandung: Ju,amatul AliArt, 2002)
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International journal of human-computer studies*, 59(4), 451-474.
- Financial Stability Board, "Financial Stability Implications from Fintech: Supervisory and Regulatory Issues that Merit Authorities Attention" 27 Juni 2017
- Finansialku.com, 2018, "Definisi Fintech", <https://www.finansialku.com/definisi-fintech-adalah/>.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. *Belief, Attitude, Intention, Behavior: An Introduction To Theory On Research*. AddisonWesley. 1975
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Gurung, Anil. 2006. Empirical Investigation of the Relationship of Privacy Security, and Trust with Behavioral Intention to transact in E-Commerce. The University Of Texas at Arlington.
- HINTON, P. R., BROWNLOW, C., MCMURRAY, I. & COZENS, B. 2004. SPSS explained, East Sussex, England, Routledge Inc.

- Indriantono, N., dan Supomo, B. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Penerbit BPFE : Yogyakarta. 2002.
- Jogiyanto, 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi
- Kementerian Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahnya. Jakarta: Raja Publishing, 2011
- Keong, W. E. Y. (2016). Factors Influencing Passengers' Attitude and Adoption Intention of Mobile Taxi Booking Application. *The Social Sciences*, 11(11), 2769-2776.
- Kim, D.J., Ferrin, D.L., & Rao, H.R., *A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. Decision Support Systems*, 2008
- Kumpajaya, Aswinnur dan Wawan Dhewanto, 2015. The Acceptance of Bitcoin in Indonesia: Extending TAM With IDT. *Journal Of Business and Management*, Vol. 4, No. 1, 2015:28-38
- Langelo, A.S.E, 2013. Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk Impact to Lecturers' Internet Banking Adoption. *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No. 4, pages:1571-1580, ISSN 2303-1174
- Lin, H.-F. (2011), "An empirical investigation of mobile banking adoption: the effect of innovation attributes and knowledge-based trust", *International Journal of Information Management*, Vol. 31 No. 3, pp. 252-260.
- Lu, H., Hsu, C., dan Hsu, H. 2005. "An empirical study of the effect of perceived risk upon intention to use online applications." *Information Management & Computer Security* 13(2): 106-120. <https://doi.org/10.1108/09685220510589299>.
- Marketeers.com, 2020. <https://www.marketeers.com/tingkatkan-keamanan-transaksi-gopay-terapkan-fitur-biometrik>.
- Marketeers.com, 2020. <https://www.marketeers.com/9-perilaku-digital-payment-di-indonesia/>.
- Marketeers.com, 2020. <https://www.marketeers.com/selama-pandemi-ada-265-ribu-merchant-ukm-gabung-ke-gofood/>.
- Marketeers.com, 2020. <https://www.marketeers.com/transaksi-dompet-digital-terus-mengalami-peningkatan/>.
- Marketeers.com, 2020. <https://www.marketeers.com/survei-ipsos-in-indonesia-shopeepay-paling-banyak-digunakan-sepanjang-oktober-2020/>.
- Marketeers.com, 2020. <https://www.marketeers.com/transaksi-youtap-lewat-shopeepay-meningkat-lima-kali-lipat/>.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis isi dan Analisa data Sekunder, Edisi 2. Cet 4. Jakarta : Rajawali Pers.2014.*
- M.detik.com, 2019. <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4837602/merchan-ovo-belum-menerima-uang-hasil-transaksi>.
- Minto Waluyo, Panduan dan Aplikasi Struktural Equation Modelling untuk Aplikasi Model dalam Penelitian Teknik Industri, Psikologi, Sosial dan Manajemen, Jakarta: PT Indeks, 2011, Hlm. 1
- Novitasari, S., & Baridwan, Z. (2014). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1).

- Pambudi, Amadea Rahma, 2019. Analisa Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behaviour Intention pada Aplikasi Digital Payment Ovo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 6 No. 2.
- Parmitasari, R. D. A., Abdullah, W., Alwi, Z., & Haris, H. (2019). Financial Performance of Small and Medium Business in Makassar: The Role of Intellectual Capital and Competitive Advantage. *Jurnal Iqtisaduna*, 1(1), 193-207.
- Parmitasari, R. D. A (2018). Determinan Kepuasan Keuangan Investor Pasar Modal di Sulawesi Selatan Melalui Perilaku Investor Sebagai Variabel Mediasi. Disertasi, Universitas Hasanuddin.
- Pratama, Andika Bayu dan I Dewa Gede Dharma Suputra, 2019. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.27 No. 2, ISSN: 2302-8556
- Priambodo, Singgih dan Bulan Prabawani, 2016. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)
- Rahim, Hamida. Analisis Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan terhadap Minat Transaksi Penggunaan Paytren pada PT. Veritra Sentosa. *Internasional. Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi* , Vol. 6 No. 2, ISSN : 2301-5268 E-ISSN : 2527-9483. 2017
- Rahmiati, R., Engriani, Y., & Putri, R. R. E. (2019, September). The Influence of Trust, Perceived Usefulness, And Perceived Ease of Using Intensity of E-Money with Attitude Toward Using Intervening Variable in Padang City. In *Third Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2019)*. Atlantis Press.
- Rouibah, K., Lowry, P. B., & Hwang, Y. (2016). The effects of perceived enjoyment and perceived risk on trust formation and intentions to use online payment system: New perspectives from an Arab country. *Electronic Commerce Research and Applications*. Vol. 19, Pages 33-43
- Saputro, E. P., & Handayani, S. (2016). Pengaruh Nilai Hedonis terhadap Niat Belanja Online. *EKA CIDA*, 1(1).
- Sari, Nurul Amalia, 2019. Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar
- Schierz, Paul Gerhardt, Oliver Schilke dan Bernd W. Wirtz, 2010. Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications* 9. 209-216
- Shanmugam, Arunagiri, Savarimuthu, Michael Thaz and Wen, Teoh Chai. 2014. Factors Affecting Malaysian Behavioral Intention to Use Mobile Banking With Mediating Effects of Attitude. *Academic Research International*, 5 (2), pp. 236-253
- Sigar, Junita fadhillah (2016). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment to Intention to Use Electronic Money in Manado. *Jurnal EMBA* Vol.4 No.2 Juni 2016, Hal. 498-507
- Sulselprov.go.id, 2018. <https://sulselprov.go.id/welcome/post/15-umkm-sulsel-mendapatkan-sertifikasi-halal>. Diakses pada 31 oktober 2019



- Susanto, T. D., & Aljoza, M. (2015). Individual Acceptance of e-Government Services in a Developing Country: Dimensions of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use and the Importance of Trust and Social Influence. *Procedia Computer Science*, 72, 622–629
- Sylvana, A., & Awaluddin, M. MODEL PENCIPTAAN DAYA SAING BISNIS MELALUI TRANSFORMASI KEWIRAUSAHAAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI (TECHNOPRENEUR). *Entrepreneurship at Global Crossroad: Challenges and Solutions*, 71.
- V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Extending the Unified Theory," *MIS Q.*, vol. 36, no. 1, pp. 157–178, 2012.
- Wardi, Y., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2017). Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi. *Journal of Technology Management*, 16(1), 46-61.