

PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, RESIKO DAN KESESUAIAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN TRANSAKSI *NON CASH* PADA PT BRI (PERSERO) TBK (Studi Kasus : Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Undiksha)

Ni Wayan Asih Budi Utami, Nyoman Trisna Herawati

Prodi Akuntansi Program S1
Jurusan Ekonomi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia

Asihbudiutami05@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko, dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan transaksi *non cash*. Metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari data kuisisioner kemudian diukur menggunakan skala *likert* dengan rentang 1-5 adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di Prodi S1 Akuntansi, Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi S1 Akuntansi sebagai pengguna KTM (Kartu Tanda Mahasiswa). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh 100 responden. Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuisisioner yang disebar secara *online* melalui *google form* yang kemudian diolah dengan uji analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko, dan kesesuaian berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan transaksi *non cash*.

Kata Kunci: Persepsi, Minat, Transaksi.

ABSTRACT

This study was aimed to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, and perceived conformity to interests using non-cash transactions. A quantitative method using primary data obtained from questionnaire data measured using a Likert scale with a range of 1-5 was used as the method of this study. This research was conducted at S1 Accounting Study Program, Department of Accounting Economics, Faculty of Economics, Ganesha University of Education. The population in this study was S1 Accounting Study Program students as KTM (Student Identity Card) users. The sampling method in this study was purposive sampling method, so that 100 respondents were obtained. A questionnaire distributed online via Google Form then processed by the multiple linear regression analysis test with the help of SPSS was used as the method of this study. The results of this study stated that the perception of expediency, perceived ease of use, risk, and suitability had a significant positive effect towards the interest in using non cash transactions.

Keywords: *Perception, Interests, Transactions.*

PENDAHULUAN

Di era seperti sekarang ini suatu transaksi *non cash* telah menduduki posisi penting dalam bertransaksi. Ini terjadi sebab apabila melakukan suatu transaksi secara *non cash* dapat memudahkan seseorang dalam melakukan pembayaran dimanapun dan kapanpun serta dapat mengefisiensikan waktunya. Saat ini transaksi *non cash* sangat familiar di kalangan mahasiswa. Dengan dibuatnya KTM (Kartu Tanda Mahasiswa) pada Bank BRI ini, mahasiswa dapat menggunakan sistem-sistem yang disediakan oleh perbankan dalam melakukan transaksi *non cash* seperti *mobile banking*, *internet banking*, *e-money*, serta BRILink. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti tentang bagaimana pengaruh persepsi dari beberapa hal diantaranya persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko, serta kesesuaian dalam keinginan untuk menggunakan transaksi *non cash* khususnya pada Bank BRI di kalangan mahasiswa prodi S1 Akuntansi Undiksha. Mengingat saat ini hampir semua perbankan telah memiliki sistem yang dapat digunakan dalam melakukan transaksi secara *non cash*. Sehingga dengan adanya fenomena tersebut peneliti tertarik mengangkat penelitian yang berjudul “Pengaruh

Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash* pada PT BRI (Persero) Tbk (Studi Kasus : Pada Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Undiksha)”.

Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh persepsi kemanfaatan pada minat penggunaan transaksi *non cash*, pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada minat penggunaan transaksi *non cash*, pengaruh persepsi resiko pada minat pengaruh persepsi dari beberapa hal diantaranya persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko, serta kesesuaian dalam keinginan untuk

menggunakan transaksi *non cash* khususnya pada Bank BRI di kalangan mahasiswa prodi S1 Akuntansi Undiksha.

Penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai penambah pengalaman dalam melakukan sebuah penelitian, dapat menambah wawasan terkait dengan pengaruh persepsi dari beberapa hal diantaranya persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko, serta kesesuaian dalam keinginan untuk menggunakan transaksi *non cash*, serta diharapkan bisa menjadi acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

Persepsi Kemanfaatan merupakan rasa percaya pada manfaat yang timbul akibat menggunakan suatu teknologi. Berdasarkan Adamson & Shine (dalam Irmadhani & Nugroho, 2013) persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai fondasi kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang sehi mengenai penggunaan suatu teknologi tertentu akan dapat meningkatkan kualitas kinerja seseorang. Suatu sistem akan memerikan manfaat kepada penggunanya apabila sistem tersebut dapat memberikan suatu manfaat kepada penggunanya. Oleh sebab itu, suatu perbankan sangatlah mempertimbangkan dalam pembuatan suatu sistem agar dapat dengan mudah diterima dikalangan masyarakat.

Hasil penelitian terdahulu seperti penelitian Laksana (2015) menyatakan tentang minat dalam menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kemanfaatan. Oktabrianto (2017) menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaan *E-Banking*. Ditinjau dari uraian sebelumnya, penulis mengajukan hipotesis seperti berikut:

H₁: Persepsi Kemanfaatan Memiliki Pengaruh Positif pada Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash*.

Kemudahan penggunaan dapat diartikan dimana konsumen tersebut dapat merasakan adanya kemudahan interaksi menggunakan sistem serta dari

penggunaan sistem tersebut dapat diterimanya suatu informasi yang dibutuhkan seperti yang dinyatakan oleh Wen et al. (2011) dalam Palma dan Anik (2016) mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai suatu kondisi dimana masyarakat menerima penggunaan teknologi informasi apabila penerapannya mudah dan terbebas dari usaha.

Penelitian-penelitian sebelumnya menghasilkan beberapa penemuan. Laksana (2015) menyatakan bahwa minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara signifikan oleh kemudahan dalam penggunaannya. Dewi (2017) menguatkan hal tersebut dengan ditemukannya hasil penelitian terkait pengaruh secara simultan yang diberikan oleh persepsi kemudahan terhadap penggunaan E-banking. Ditinjau dari uraian tersebut, penulis mengajukan hipotesis kedua yakni:

H₂: Persepsi Kemudahan Penggunaan Memiliki Pengaruh Positif pada Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash*.

Schiffman et al (2015) mengartikan suatu persepsi resiko sebagai konsekuensi yang dihadapi akibat dari adanya ketidakpastian ketika pengambilan keputusan pembelian. Suatu persepsi resiko dapat menimbulkan ketakutan sendiri bagi pengguna suatu teknologi. Namun dalam hal ini perbankan yang mengeluarkan sistem yang digunakan sebagai alat transaksi *non cash* dapat meyakinkan para penggunanya bahwa resiko-resiko yang mungkin terjadi dapat diminimalisir serta dapat dikendalikan.

Hasil penelitian terdahulu seperti penelitian Widiastih (2016) menemukan adanya pengaruh positif signifikan dalam minat menggunakan layanan *E-Banking*. Qulub (2019) menyatakan bahwa persepsi resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *e-money*. Ditinjau disebarkan melalui kuisisioner dimana penyebarannya menggunakan *google form* yang kemudian diolah menggunakan uji statistik, diantaranya (1) uji kualitas data yang meliputi uji validitas serta uji reliabilitas; (2) uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heterokedastisitas; (3) uji hipotesis

dari uraian tersebut, penulis mengajukan hipotesis ketiga yakni:

H₃: Persepsi Resiko Memiliki Pengaruh Positif pada Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash*

Persepsi kesesuaian dapat diartikan sebagai dimana terdapat pengalaman masa lalu, kebutuhan, kepercayaan akan suatu ide-ide serta nilai dari adanya suatu inovasi produk yang dapat menimbulkan adanya kecocokan sebelum perbankan memperkenalkan inovasi-inovasi produk yang baru.

Hasil penelitian terdahulu seperti Laksana (2015) menyatakan bahwa minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara simultan oleh persepsi kesesuaian. Di sisi lain, Maulidiyah (2017) menunjukkan bahwa persepsi kesesuaian memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*. Ditinjau dari uraian tersebut, penulis mengajukan hipotesis keempat yakni :

H₄: Persepsi Kesesuaian Memiliki Pengaruh Positif pada Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash*.

METODE

Metode pendekatan kuantitatif dengan cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan, serta menganalisis data secara kuantitatif (angka-angka) digunakan sebagai metode penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di Prodi S1 Akuntansi Undiksha, Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja. Seluruh mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha sebagai nasabah aktif pada PT BRI Tbk menjadi populasi penelitian ini dan metode *purposive sampling* digunakan untuk pemilihan sampelnya sehingga terpilih 100 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui suatu pernyataan yang meliputi analisis regresi linier berganda, uji statistik t, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Melalui uji validitas, dapat diketahui bahwa keseluruhan butir pertanyaan memiliki tingkat signifikansi dibawah 0,05

yang menandakan semua butir pertanyaan valid. Melalui uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel yang digunakan mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* bersifat reliabel melebihi 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dapat dikatakan reliabel.

Melalui uji *Kolmogorov-smirnov* menampilkan, dapat diketahui nilai signifikansi melebihi 0,05 yakni 0,067. Hasil uji multikolinearitas antar variabel bebas menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada setiap variabel bebas tidak melebihi 10 yakni sebesar 4.411 pada variabel persepsi kemanfaatan (X_1) persepsi kemudahan penggunaan (X_2)

sebesar 2.277, persepsi resiko (X_3) sebesar 7.521, begitu pula dengan persepsi kesesuaian (X_4) sebesar 6.609. Dari hasil heterokedastisitas diperoleh nilai (Sig-t) > 0,05 pada setiap variabel independent. Pada variabel persepsi kemanfaatan (X_1) sebesar 0,879, persepsi kemudahan penggunaan (X_2) sebesar 0,491, persepsi resiko (X_3) sebesar 0,540, dan persepsi kesesuaian (X_4) sebesar 0,129. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat

Setelah uji asumsi klasik terpenuhi, uji selanjutnya yang dilakukan yaitu analisis regresi linier berganda agar mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis dapat disajikan pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-7.500	.920			
1	P. Kemanfaatan	.218	.062	.237	3.516	.001
	P. Kemudahan Penggunaan	.686	.031	.786	22.330	.000
	P. Resiko	.359	.123	.177	2.919	.004
	P. Kesesuaian	.316	.127	.154	2.480	.015

a. Dependent Variable: Y

Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini yakni $Y = -7.500 + 0,218X_1 + 0,686X_2 + 0,359X_3 + 0,316X_4 + \varepsilon$. Konstanta -7.500 mengindikasikan rata-rata nilai variabel Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash* menjadi -7.500 apabila variabel Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash* akan mengalami peningkatan sebanyak 0,218 satuan apabila Persepsi Kemanfaatan senilai 1 satuan.

Koefisien regresi Persepsi Kemudahan Penggunaan senilai 0,686 menandakan Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash* akan mengalami peningkatan sebanyak 0,686 satuan

Resiko, dan Kesesuaian bernilai konstan. Nilai minus (-) pada -7.500 tidak memiliki pengaruh pada variabel lainnya, sehingga pada umumnya nilai minus (-) tersebut diabaikan.

Koefisien regresi Persepsi Kemanfaatan senilai 0,218 menandakan

apabila adanya penambahan Persepsi Kemudahan Penggunaan senilai 1 satuan.

Koefisien regresi Persepsi Resiko senilai 0,359 menandakan Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash* akan mengalami peningkatan sebanyak 0,686 satuan apabila adanya penambahan Persepsi Kemudahan Penggunaan senilai 1 satuan.

Koefisien regresi Persepsi Kesesuaian senilai 0,316 menandakan Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash* akan mengalami peningkatan sebanyak 0,316 satuan apabila terdapat penambahan Persepsi Kesesuaian senilai 1 satuan.

Selanjutnya, pengujian hipotesis pun dilakukan. Pengujian pertama yaitu uji statistik t (uji parsial) yang diberlakukan pada masing-masing variabel dependen. Hasil perhitungan uji statistik t bisa dilihat pada table berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Statistik T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7.500	.920		-8.152	.000
1 P. Kemanfaatan	.218	.062	.237	3.516	.001
P. Kemudahan Penggunaan	.686	.031	.786	22.330	.000
P. Resiko	.359	.123	.177	2.919	.004
P. Kesesuaian	.316	.127	.154	2.480	.015

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data dari tabel 2 menunjukkan hasil uji t sebagai berikut:

Persepsi kemanfaatan (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3.516 > t_{tabel} 1.66023 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat menggunakan transaksi *non cash*. **Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.**

Persepsi kemudahan penggunaan (X_2) memiliki nilai t_{hitung} senilai 22.330 > t_{tabel} 1.66023 dengan nilai signifikansi senilai 0,000 < 0,05. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan transaksi *non cash*. **Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima.**

Persepsi Resiko (X_3) memiliki nilai t_{hitung} senilai 2.919 > t_{tabel} 1.66023 dengan nilai signifikansi senilai 0,004 < 0,05. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi resiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan transaksi *non cash*. **Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.**

Persepsi kesesuaian (X_4) memiliki nilai t_{hitung} senilai 2.480 > t_{tabel} 1.66023 dengan nilai signifikansi senilai 0,015 < 0,05. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kesesuaian berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan transaksi *non cash*. **Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat diterima.**

Tabel 4.9
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.957 ^a	.916	.912	.402

Bisa kita lihat dari table, nilai *Adjusted R Square* yakni 0,916 diartikan sebagai variasi variabel Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Resiko, serta Kesesuaian hanya bisa mendeskripsikan 91,6% variasi-variabel yang digunakan untuk mengukur Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash*. 8,4% lainnya merupakan pengaruh yang diperoleh dari faktor luar.

Pembahasan **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash**

Hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menggunakan transaksi *non cash*. Dilihat dari apa yang tersajikan pada tabel 4.8, dapat diketahui nilai signifikansinya $0,001 < 0,05$ menandakan H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima, sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemanfaatan memberikan pengaruh pada minat menggunakan transaksi *non cash*. Oleh karena itu semakin besar manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan transaksi *non cash* maka semakin besar pula minat mahasiswa dalam menggunakan transaksi *non cash* dalam melakukan transaksi sehari-hari.

Persepsi kemanfaatan sangatlah penting dalam penggunaan suatu sistem, dimana suatu perusahaan khususnya perbankan akan memanfaatkan persepsi kemanfaatan yang dirasakan oleh nasabahnya dalam mengembangkan suatu inovasi produk. Hal ini dinyatakan dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dimana ada 2 variabel yang dijadikan acuan seseorang dalam menerima teknologi informasi salah satunya adalah persepsi kebermanfaatan. Hal ini dimaksudkan bahwa meningkatnya kinerja seseorang

dapat diakibatkan oleh suatu kepercayaan sehingga seseorang tertarik dalam menggunakan teknologi informasi tersebut. Sehingga dalam persepsi kebermanfaatan ini pengambilan keputusan akan penggunaan sistem informasi dapat harulah terbentuk suatu kepercayaan dalam diri seseorang. Asumsinya, apabila sistem informasi memiliki nilai guna yang terpercaya, tentu saja orang-orang akan menggunakannya, namun apabila pengguna tidak memiliki kepercayaan jika sistem informasi tersebut memiliki nilai guna maka sudah pasti sistem informasi tersebut tidak akan digunakan.

Persepsi kemanfaatan ini memiliki nilai yang sangat penting dalam perusahaan untuk dapat menjadi suatu evaluasi, sehingga nilai tersebut dapat terjaga dengan baik atau dapat ditingkatkan lagi. Selaku nasabah pada penelitian ini, semakin banyak mahasiswa prodi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha yang merasakan manfaat yang ditimbulkan dari penggunaan transaksi *non cash* ini, maka akan semakin menambah loyalitas terhadap penggunaan sistem yang dikeluarkan oleh perbankan, sehingga bisa memberikan dampak terhadap reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat serta dapat meningkatkan laba perusahaan.

Bersesuaian dengan hasil penelitian ini, Laksana (2015) mengemukakan adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi kemanfaatan dengan minat menggunakan *mobile banking*. Oktabrianto (2017) dalam penelitiannya menyatakan adanya pengaruh positif signifikan dari persepsi kebermanfaatan pada penggunaan *E-Banking*. Qulub (2019) juga menemukan adanya pengaruh dari persepsi kemanfaatan pada minat menggunakan *e-money*.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash*

Hipotesis kedua (H_2) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan transaksi *non cash*. Hasil pada tabel 4.8, dimana nilai signifikansinya senilai $0,000 < 0,05$ yang bisa diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh pada minat menggunakan transaksi *non cash*. Jadi, minat dalam menggunakan transaksi *non cash* yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut menjadi semakin besar ketika teknologi tersebut mudah diaplikasikan.

Persepsi kemudahan penggunaan ini telah dijabarkan oleh suatu teori yaitu teori TAM (*Technology Acceptance Model*) dimana dinyatakan bahwa jika penggunaan dari suatu teknologi dapat terbebas dari usaha keras atau dapat dengan mudah digunakan maka dapat dikatakan teknologi tersebut telah mengandung persepsi kemudahan penggunaan. Suatu teknologi baru yang dapat diterima oleh masyarakat luas, serta penggunaannya tidak menimbulkan kebingungan para penggunanya maka hal tersebutlah yang disebut dengan persepsi kemudahan penggunaan.

Bagi suatu perusahaan khususnya dibidang perbankan pada umumnya memperkenalkan suatu inovasi sistem barunya melalui seminar-seminar dimana dilakukannya sosialisasi agar masyarakat dapat memahami cara kerja serta fungsi dari adanya sistem tersebut. Selain hal tersebut, untuk memperkenalkan suatu sistem baru kepada masyarakat umum, biasanya dapat juga dilakukan publikasian tata cara penggunaan sistem tersebut melalui website-website yang telah disediakan oleh perbankan itu sendiri. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat jarang mengalami kesulitan pada saat melakukan suatu transaksi secara *non cash*.

Seperti yang ditemukan oleh Laksana (2015) yang mengemukakan minat dalam menggunakan *mobile banking*

dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. Dewi (2017) dalam penelitiannya menemukan adanya pengaruh secara simultan yang diberikan oleh persepsi kemudahan terhadap penggunaan E-banking. Amita (2016) menyatakan bahwa minat dalam menggunakan layanan produk BRILink dapat dipengaruhi persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan.

Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Transaksi *Non Cash*

Hipotesis ketiga (H_3) menyatakan bahwa persepsi resiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan transaksi *non cash*. Hasil dalam tabel 4.8, dimana nilai signifikansinya $0,015 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, oleh karena itu hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi resiko memiliki pengaruh pada minat menggunakan transaksi *non cash*. Hal ini menunjukkan bahwa minat penggunaan suatu teknologi informasi dapat dipengaruhi oleh adanya resiko tertentu.

Schiffman et al (2015) mengartikan suatu persepsi resiko sebagai suatu konsekuensi dialami oleh seseorang akibat dari adanya ketidakpastian ketika pengambilan keputusan pembelian. Persepsi resiko ini merupakan salah satu persepsi yang cenderung dihindari dari sebagian besar individu, sebab persepsi ini cenderung dapat merugikan. Namun tidak semua kegiatan transaksi secara *non cash* menimbulkan persepsi resiko. Hal ini dikarenakan perusahaan khususnya perbankan telah menciptakan suatu sistem dimana sistem tersebut pastilah sudah dirancang sedemikian rupa agar dapat meminimalisir resiko yang terjadi. Hal inilah yang dirasakan oleh nasabah-nasabah khususnya mahasiswa yang melakukan transaksi *non cash* dapat terhindar dari berbagai resiko yang ada. Berdasarkan asumsi tersebut sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa persepsi resiko berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan transaksi *non cash*.

Dalam praktiknya, dalam melakukan transaksi *non cash* kemungkinan-kemungkinan resiko yang terjadi adalah seperti pada saat mentransfer uang dimana saldo yang ditransfer sudah mengalami

mutasi namun uang yang ditransfer belum sampai, hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi nasabah perbankan itu sendiri. Namun perbankan tidak akan membiarkan nasabahnya mengalami kerugian seperti hal ini, maka dengan mengecek mutasi yang dilakukan oleh nasabah, perbankan dapat mengecek keberadaan uang tersebut sehingga uang tersebut dapat kembali serratus persen serta nasabah tidak akan mengalami resiko kerugian. Selain hal itu jika terjadi kehilangan kartu ATM ditempat umum, nasabah akan mendapatkan informasi berupa notifikasi baik melalui *mobile banking* atau *internet banking* yang dimiliki oleh nasabah itu sendiri apabila kartu ATM yang dimilikinya ditemukan oleh orang lain, dan orang tersebut berniat untuk menarik paksa uang di dalam rekening nasabah. Hal ini dapat diatasi oleh perbankan dengan mengganti kartu ATM nasabah serta nasabah akan diminta untuk mengganti *password* dari kartu ATM yang dimiliki sehingga nasabah tidak akan mengalami kerugian serta dapat terhindar dari resiko-resiko lain yang mungkin saja dapat terjadi.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diperkuat dengan penemuan-penemuan dari Laksana (2015) tentang persepsi resiko memberikan pengaruh secara simultan pada minat dalam menggunakan *mobile banking*, Widiasih (2016) tentang pengaruh positif signifikan yang diberikan oleh persepsi resiko pada minat menggunakan layanan *E-Banking* serta Qulub (2019) tentang persepsi resiko yang berpengaruh pada minat menggunakan layanan *e-money*.

Pengaruh Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash

Hipotesis keempat (H_4) yakni persepsi kesesuaian memberikan pengaruh positif pada minat menggunakan transaksi *non cash*. Hasil dalam tabel 4.8, dimana nilai signifikansi senilai $0,015 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kesesuaian memberikan pengaruh pada minat menggunakan transaksi *non cash*.

Hal ini menunjukkan bahwa adanya minat dalam penerapan suatu teknologi informasi dapat dipengaruhi oleh persepsi kesesuaian.

Suatu perusahaan khususnya perbankan sangatlah penting untuk memperhatikan persepsi kesesuaian ini, sebab masing-masing individu memiliki suatu kebutuhan yang berbeda-beda dengan individu lainnya. Sehingga ketika suatu perbankan menciptakan suatu sistem maka akan menyesuaikan dengan kebutuhan para nasabahnya, serta gaya hidup dari masing-masing individu itu sendiri. Seseorang dapat melakukan transaksi *non cash* tergantung dari kepribadian individu itu sendiri, mulai dari adanya kebutuhan yang mengharuskan individu tersebut untuk melakukan transaksi *non cash*, sampai dengan mengikuti gaya hidup atau tren yang selalu berubah seiring dengan berkembangnya waktu.

Bersesuaian dengan hasil penelitian ini, Laksana (2015) mengemukakan adanya persepsi kesesuaian berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Maulidiyah (2017) juga memperkuat dengan hasil penelitiannya yang memaparkan pengaruh signifikan dari persepsi kesesuaian terhadap keputusan dalam mengaplikasikan *mobile banking*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Ditinjau dari uraian hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya :

Persepsi kemanfaatan berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat dalam menggunakan transaksi *non cash*. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari nilai t_{hitung} senilai $3.516 > t_{tabel}$ 1.66023 dengan nilai signifikansi senilai $0,001 < 0,05$.

Minat menggunakan transaksi *non cash* dipengaruhi secara positif signifikan oleh persepsi kemudahan penggunaan yang dideskripsikan melalui nilai t_{hitung} 22.330 $> t_{tabel}$ 1.66023 dengan nilai signifikansi senilai $0,000 < 0,05$.

Minat menggunakan transaksi *non cash* dipengaruhi secara positif signifikan oleh persepsi resiko yang dideskripsikan

melalui nilai $t_{hitung} 2.919 > t_{tabel} 1.66023$ dengan nilai signifikansi senilai $0,004 < 0,05$.

Minat menggunakan transaksi *non cash* dipengaruhi secara positif signifikan oleh persepsi kesesuaian yang dideskripsikan melalui nilai $t_{hitung} 22.330 > t_{tabel} 1.66023$ dengan nilai signifikansinya $0,000$ nilai t_{hitung} senilai $2.480 > t_{tabel} 1.66023$ dengan nilai signifikansi senilai $0,015 < 0,05$.

Saran

Adapun saran yang bisa diberikan dari penelitian ini, diantaranya (1) Bagi peneliti-peneliti berikutnya diharapkan bisa mengembangkan penelitian ini serta variable-variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan transaksi *non cash* namun belum diuji seperti loyalitas, pelayanan, lingkungan social bisa dan lain sebagainya dapat dipertimbangkan penggunaannya pada penelitian selanjutnya. Selain hal tersebut juga diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas sampel dan populasi yang digunakan sebagai respondennya. (2) Bagi Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi diharapkan dapat lebih meningkatkan minat menggunakan transaksi *non cash* dalam melakukan suatu pembayaran. Hal ini selain dapat mengefisiensikan waktu, juga dapat menghemat tenaga serta sesuai dengan keadaan saat ini dimana dengan adanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk tidak keluar rumah, serta menghindari keramaian maka diharapkan mahasiswa dapat memaksimalkan penggunaan transaksi secara *non cash* dalam melakukan pembayaran sehingga mahasiswa tidak harus keluar rumah untuk melakukan sebuah transaksi pembayaran. (3) Perbankan khususnya PT BRI (Persero) Tbk, diharapkan dapat meningkatkan fungsi dari sistem-sistem yang digunakan sebagai alat transaksi secara *non cash* sehingga dengan ditingkatkannya fungsi dari sistem tersebut maka masyarakat akan merasakan adanya kemanfaatan dari sistem itu sendiri. Selain itu perlu diadakannya seminar atau pelatihan penggunaan sistem tertentu

sehingga masyarakat merasakan adanya kemudahan penggunaan sistem tersebut dan tidak mengakibatkan kebingungan bagi masyarakat, serta merancang sistem yang aman agar pengguna dapat terhindar dari resiko-resiko yang kemungkinan terjadi. Selain hal tersebut perbankan juga harus memperhatikan tingkat kesesuaian penggunaan dari sistem yang digunakan sebagai alat transaksi *non cash* bagi masyarakat, seperti adanya kebutuhan transaksi tertentu, gaya hidup, serta faktor-faktor lainnya yang dapat menyebabkan masyarakat melakukan transaksi secara *non cash*.

Daftar Pustaka

- Adamson, I., & Shine, J. (2003). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the User Information System Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*, 15(4), 441–445.
- Dewi, N. L. P. E. P. (2017). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Irmadhani, & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 39–59.
- Laksana, G. B. (2015). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang)*. Universitas Brawijaya.
- Maulidiyah, S. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya*. STIE Perbanas Surabaya.
- Widiasih, N. M. S. (2016). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Banking dalam Bertransaksi pada UMKM di Kabupaten Badung*. Universitas Pendidikan Ganesha.