

# PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, RISIKO DAN PENGETAHUAN NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN *E-BANKING* PADA UMKM DI KABUPATEN BULELENG

<sup>1</sup>Ni Komang Aryaningsih, <sup>2</sup>I Putu Gede Diatmika

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Indonesia

Email: [1aryaningsih4321@gmail.com](mailto:1aryaningsih4321@gmail.com), [2gede.diatmika@undiksha.ac.id](mailto:2gede.diatmika@undiksha.ac.id)

## Abstrak

*E-banking* merupakan contoh teknologi informasi perbankan yang dapat memberikan berbagai manfaat untuk para pelaku UMKM. Tetapi kenyataannya penggunaan *E-banking* oleh pelaku UMKM masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan pengetahuan nasabah terhadap penggunaan *E-banking* pada UMKM di Kabupaten Buleleng. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan jenis data primer. Metode pengumpulan sampel yang digunakan yaitu metode *probability sampling*, yang dilakukan dengan teknik *stratified random sampling*. Jumlah sampel yang diperoleh menggunakan rumus solvin yaitu sebanyak 100 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: analisis statistik deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *E-banking*, 2) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *E-banking*, 3) persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan *E-banking*, dan 4) pengetahuan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *E-banking*.

**Kata Kunci:** *E-banking*, Kebermanfaatan, Kemudahan, Pengetahuan dan Risiko.

## Abstract

*E-banking* is an example of banking information technology that can provide various benefits for MSME players. But in fact the use of *E-banking* by UMKMs players is still low. This study aims to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, risk perception and customer knowledge on the use of *E-banking* at UMKMs in Buleleng Regency. This research uses quantitative methods using primary data types. The sample collection method used is probability sampling method, which is done by using stratified random sampling technique. The number of samples obtained using the Solvin formula is 100 people. Analysis of the data used in this study, namely: descriptive statistical analysis, research instrument test, classical assumption test, and hypothesis testing. The results of this study indicate that: 1) perceived usefulness has a significant positive effect on the use of *E-banking*, 2) perceived ease of use has a significant positive effect on the use of *E-banking*, 3) perceived risk has a significant negative effect on the use of *E-banking*, and 4) knowledge customers have a significant positive effect on the use of *E-banking*.

**Keywords:** *E-banking*, Usefulness, Ease, Knowledge and Risk.

## PENDAHULUAN

Teknologi informasi terus mengalami perkembangan dari masa ke masa dan memberikan banyak manfaat untuk dunia bisnis. Pelayanan *E-banking* merupakan salah satu bentuk nyata penggunaan teknologi informasi yang mengubah pelayanan transaksi manual menjadi pelayanan transaksi berbasis teknologi. *E-banking* membantu nasabah untuk melakukan transaksi dengan mudah melalui media elektronik seperti: *handphone*, *computer*, dan *telephone*.

Terdapat berbagai keuntungan yang dapat diperoleh oleh pihak nasabah dengan adanya *E-banking* yaitu: nasabah dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun asalkan memiliki sarana yang memadai. Selain itu *E-banking* lebih mudah, murah dan cepat digunakan sehingga nasabah tidak perlu mengantri di bank untuk melakukan transaksi. Namun selain keuntungan, terdapat pula kekurangan dari penggunaan *E-banking* yaitu risiko seperti pencurian data melalui teknik *skimming* atau melalui modus penipuan dan kemungkinan terburuk yaitu terjadinya pencurian dana yang dilakukan oleh hacker. Layanan *E-banking* juga memberikan berbagai kemudahan untuk para pelaku UMKM.

UMKM (Usaha mikro, kecil dan menengah) merupakan suatu bentuk usaha produktif yang biasanya bergerak dalam bidang perdagangan, memiliki karakteristik yang berbeda-beda, dan dimiliki oleh perorangan atau badan usaha. UMKM memiliki peranan yang sangat penting bagi pembangunan dan pertumbuhan perekonomian negara, serta membantu pemerintah dalam menyerap tenaga kerja. Menyadari pentingnya peranan UMKM dalam meningkatkan perekonomian, perbankan menyediakan layanan *E-banking* untuk dapat menunjang kegiatan UMKM.

Berdasarkan data perkembangan UMKM Provinsi Bali tahun 2019 jumlah UMKM yang tersebar di 9 Kabupaten/Kota di Bali sebanyak 327.310. Berdasarkan jumlah UMKM tersebut jumlah UMKM di Buleleng berada pada urutan ke-5 dari sembilan kabupaten. Kabupaten Gianyar menempati urutan UMKM terbanyak di Provinsi Bali yaitu sebesar 75.482 UMKM,

kemudian disusul oleh kabupaten Bangli (44.068 UMKM), Kabupaten Tabanan (42.701 UMKM), Kabupaten Karangasem (40.468 UMKM, kemudian Kabupaten Buleleng (34.374 UMKM), Denpasar (32.026 UMKM), Jembrana (24.346 UMKM), Badung (19.261 UMKM) dan terakhir Klungkung (14.584 UMKM).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2019 jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng yaitu sebanyak 35.538 unit usaha (8.787 unit usaha formal dan 26.751 unit usaha non formal). Sehingga jumlah UMKM non formal jauh lebih tinggi dibandingkan dari jumlah UMKM formal. Hal ini menandakan bahwa UMKM di Kabupaten Buleleng masih banyak yang belum memiliki ijin usaha. Selain itu, pemilik UMKM non formal umumnya berpendidikan rendah, kurang terampil, dan kurang mendapatkan informasi mengenai produk perbankan, sehingga para pemilik usaha banyak yang belum memanfaatkan layanan *E-banking*.

Meskipun dengan berbagai kemudahan dan kelebihan dari layanan perbankan yang telah disediakan, layanan *E-banking* masih belum dimanfaatkan secara maksimal oleh nasabah. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *E-banking* yaitu persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan pengetahuan nasabah.

Penelitian ini menggunakan teori TAM yang menekankan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan memiliki hubungan untuk memprediksi sikap pengguna dalam menggunakan sebuah sistem informasi. Teori ini menyebutkan bahwa sistem teknologi yang mudah digunakan dan bermanfaat bagi penggunanya akan cenderung terus digunakan oleh pengguna. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

***H<sub>1</sub>: Persepsi Kebermanfaatan Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan E-banking.***

Persepsi kebermanfaatan menekankan pada ukuran kepercayaan

seseorang bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat bagi orang tersebut. Semakin nasabah merasakan manfaat penggunaan *E-banking*, maka nasabah akancenderung menggunakannya begitu juga sebaliknya. Selain memiliki berbagai manfaat, *E-banking* juga menyediakan berbagai pilihan saluran yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Penelitian terdahulu Oktabriantono (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-banking*. Hasil penelitian oleh Dewi (2017), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-banking*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fachruddin dan Fadhli (2016), menunjukkan hasil yang sama, dimana terdapat pengaruh positif persepsi manfaat terhadap penggunaan internet banking.

### **H<sub>2</sub>: Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan *E-banking*.**

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu ukuran keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi mudah digunakan. Efek yang timbul saat pengguna merasakan kemudahan menggunakan teknologi tertentu, yaitu munculnya keinginan untuk menggunakan kembali teknologi tersebut. Suatu layanan yang dianggap mudah penggunaannya akan sering digunakan oleh penggunanya.

Penelitian terdahulu Rizky (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *E-banking*. Hasil penelitian oleh Dewi (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *E-banking*. Hasil penelitian Oktabriantono (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *E-banking*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Fachruddin dan Fadhli (2016) juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*. Penelitian

Nisa (2018) menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat bertransaksi ulang secara online.

### **H<sub>3</sub> : Persepsi Risiko Berpengaruh Negatif Terhadap Penggunaan *E-banking***

Persepsi risiko menggambarkan mengenai ekspektasi pengguna terhadap potensi kerugian yang mungkin terjadi selama melakukan transaksi dengan menggunakan *E-banking*. Seseorang yang ingin menggunakan suatu teknologi tentunya harus mempertimbangkan terlebih dahulu risiko dari penggunaan teknologi tersebut.

Penelitian terdahulu Oktabriantono (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan persepsi risiko terhadap penggunaan *E-banking*. Hasil Penelitian oleh Fachruddin dan Fadhli (2016) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan *internet banking*.

### **H<sub>4</sub> : Pengetahuan Nasabah Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan *E-banking***

Pengetahuan nasabah terdiri dari informasi yang tersimpan di dalam ingatan nasabah. Pengetahuan nasabah mengenai cara penggunaan *E-banking* dan produk-produk *E-banking* juga akan sangat mempengaruhi nasabah dalam hal menggunakan *E-banking*. Apabila nasabah sudah memiliki pengetahuan mengenai sistem yang ada, maka nasabah akan dengan mudah menggunakannya.

Penelitian terdahulu oleh Rizky (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel pengetahuan terhadap minat menggunakan *E-banking*. Hasil penelitian Nisa (2018) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi ulang secara online. Hasil penelitian Fitri (2016) menunjukkan bahwa variabel independen pengetahuan nasabah, teknologi informasi, kepercayaan dan mutu *E-banking* secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu minat bertransaksi online. Variabel pengetahuan nasabah secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi online.

## METODE

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng. Peneliti memilih lokasi ini karena UMKM formal di Kabupaten Buleleng masih tergolong sangat rendah. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dilakukan pada bulan Juni sampai November 2020. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif (data berupa angka). Data dari penelitian ini yang digunakan adalah berupa jawaban-jawaban kuesioner dari responden yang diukur dengan *skala likert*. Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *probability sampling* dimana seluruh unsur dalam suatu populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih dalam sampel, yang dilakukan dengan teknik *stratified random sampling*. Jumlah sampel yang diperoleh dengan menggunakan rumus solvin yaitu sebanyak 100 orang. Data yang telah dikumpulkan dari kuesioner kemudian diolah dengan menggunakan beberapa uji statistik yaitu uji statistik deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) memiliki skor minimum sebesar 19 dan skor maksimum sebesar 40, sehingga rata - rata jumlah skor jawaban persepsi kebermanfaatan adalah 32,08 dengan standar deviasi 4,541.

Variabel persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) memiliki skor minimum sebesar 15 dan skor maksimum sebesar 35, sehingga rata - rata jumlah skor jawaban persepsi kemudahan penggunaan adalah 28,35 dengan standar deviasi 4,234.

Variabel persepsi risiko ( $X_3$ ) memiliki skor minimum sebesar 9 dan skor maksimum sebesar 30, sehingga rata - rata jumlah skor jawaban persepsi risiko adalah 18,99 dengan standar deviasi 5,368.

Variabel pengetahuan nasabah ( $X_4$ ) memiliki skor minimum sebesar 20 dan skor maksimum sebesar 45, sehingga rata - rata jumlah skor jawaban pengetahuan nasabah adalah 34,55 dengan standar deviasi 5,118.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah penggunaan *E-banking* ( $Y$ ) memiliki skor minimum sebesar 16 dan skor maksimum sebesar 40, sehingga rata - rata jumlah skor jawaban penggunaan *E-banking* adalah 31,18 dengan standar deviasi 4,685. Hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Persepsi_Kebermanfaatan	100	19	40	3208	32.08	4.541	20.620
Persepsi_Kemudahan_Penggunaan	100	15	35	2835	28.35	4.234	17.927
Persepsi_Risiko	100	9	30	1899	18.99	5.368	28.818
Pengetahuan_Nasabah	100	20	45	3455	34.55	5.118	26.189
Penggunaan_Ebanking	100	16	40	3118	31.18	4.685	21.947
Valid N (listwise)	100						

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua butir

pertanyaan dari masing-masing variabel memiliki tingkat signifikansi dibawah 0,05,

sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid. Berdasarkan hasil uji reabilitas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,70, sehingga seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,677 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel yaitu: persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) sebesar 1,213, persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) sebesar 2,126, persepsi risiko ( $X_3$ ) sebesar 1,093, dan pengetahuan nasabah sebesar 1,1942. Sedangkan nilai tolerance dari masing-masing variabel yaitu persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) sebesar 0,824, persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) sebesar 0,470, persepsi risiko ( $X_3$ ) sebesar 0,915, dan pengetahuan nasabah sebesar 0,515. Seluruh variabel memiliki nilai VIF  $\leq 10$  dan nilai *tolerance*  $\geq 0,10$ ,

sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini bebas dari multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai sig dari masing-masing variabel yaitu persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) sebesar 0,351, persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) sebesar 0,063, persepsi risiko ( $X_3$ ) sebesar 0,724, dan pengetahuan nasabah sebesar 0,418. Seluruh variabel memiliki nilai *p-value (sig-t)* > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada masing-masing variabel independen tersebut.

Selanjutnya dilakukan uji analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menggambarkan bahwa suatu metode variabel terikat dapat di pengaruhi oleh lebih dari suatu variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel independen yaitu persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ), persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ), persepsi risiko ( $X_3$ ), pengetahuan nasabah ( $X_4$ ) dan variabel dependen (Y) adalah penggunaan *E-banking*. Hasil analisis linier berganda dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.342	2.347		.572	.569
1 Persepsi_Kebermanfaatan	.124	.060	.121	2.060	.042
Persepsi_Kemudahan_Penggunaan	.500	.086	.452	5.833	.000
Persepsi_Risiko	-.102	.048	-.117	-2.102	.038
Pengetahuan_Nasabah	.394	.068	.430	5.809	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan\_Ebanking

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = 1,342 + 0,124 X_1 + 0,500 X_2 + (-0,102 X_3) + (0,394 X_4)$$

Koefisien persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ), sebesar 0,124. Ini berarti setiap peningkatan persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) satu satuan akan mengakibatkan

Nilai konstanta sebesar 1,342 menyatakan bahwa apabila terjadi variabel independen persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ), persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ), persepsi risiko ( $X_3$ ), dan pengetahuan nasabah ( $X_4$ ) terhadap penggunaan *E-banking* (Y) adalah sebesar 1,342. peningkatan penggunaan *E-banking* (Y) sebesar 0,124 satuan.

Koefisien persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ), sebesar 0,500. Ini berarti setiap peningkatan persepsi kemudahan

penggunaan ( $X_2$ ) satu satuan akan mengakibatkan peningkatan penggunaan *E-banking* (Y) sebesar 0,500 satuan.

Koefisien persepsi risiko ( $X_3$ ), sebesar -0,102. Ini berarti setiap peningkatan persepsi risiko ( $X_3$ ) satu satuan akan mengakibatkan penurunan penggunaan *E-banking* (Y) sebesar -0,102 satuan.

Koefisien pengetahuan nasabah ( $X_4$ ), sebesar 0,394. Ini berarti setiap peningkatan pengetahuan nasabah ( $X_4$ )

satu satuan akan mengakibatkan peningkatan penggunaan *E-banking* (Y) sebesar 0,394 satuan.

Selanjutnya dilakukan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

**Tabel 3 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 <sup>a</sup>	.732	.720	2.477

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan\_Nasabah, Persepsi\_Risiko, Persepsi\_Kebermanfaatan, Persepsi\_Kemudahan\_Penggunaan

Berdasarkan data pada tabel 3 di atas, maka dapat diketahui nilai *adjusted R<sup>2</sup>* penelitian ini adalah sebesar 0,720. Nilai tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan *E-banking* dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan pengetahuan nasabah sebesar 0,720. Hal ini berarti bahwa penggunaan *E-banking* dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan

penggunaan, persepsi risiko, dan pengetahuan nasabah sebesar 72 % dan sisanya 28 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Selanjutnya dilakukan uji t (uji parsial) yang bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

**Tabel 4 Hasil Uji Statistik T Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.342	2.347		.572	.569
Persepsi_Kebermanfaatan	.124	.060	.121	2.060	.042
1 Persepsi_Kemudahan_Penggunaan	.500	.086	.452	5.833	.000
Persepsi_Risiko	-.102	.048	-.117	-2.102	.038
Pengetahuan_Nasabah	.394	.068	.430	5.809	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan\_Ebanking

Berdasarkan data dari tabel 4 diatas menunjukkan hasil uji t adalah: (1) Persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) mempunyai  $t_{hitung}$  sebesar 2,060 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$

1,985 dan probabilitas signifikansi sebesar 0,042 dibawah 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, yaitu persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) berpengaruh

positif signifikan terhadap penggunaan *E-banking* (Y), (2) Persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) mempunyai  $t_{hitung}$  5,833 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,985 dan probabilitas signifikansi sebesar 0,000 dibawah 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima, yaitu persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *E-banking* (Y), (3) Persepsi risiko ( $X_3$ ) mempunyai  $t_{hitung}$  sebesar -2,102 yang lebih kecil dari  $t_{tabel}$  -1,985 dan probabilitas signifikansi sebesar 0,038 dibawah 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima, yaitu persepsi risiko ( $X_3$ ) berpengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan *E-banking* (Y), dan (4) Pengetahuan nasabah ( $X_4$ ) mempunyai  $t_{hitung}$  5,809 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,985 dan probabilitas signifikansi sebesar 0,000 dibawah 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima, yaitu persepsi pengetahuan nasabah ( $X_4$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *E-banking* (Y).

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Penggunaan *E-banking* Pada UMKM di Kabupaten Buleleng

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ), sebesar 0,124. Ini berarti setiap peningkatan persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) satu satuan akan mengakibatkan peningkatan penggunaan *E-banking* (Y) sebesar 0,124 satuan.

Hasil uji statistik t penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,060 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,042. Hal tersebut memperlihatkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  (2,060 > 1,985) dan probabilitas signifikansinya dibawah 0,05 (0,042 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima, yaitu persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *E-banking* (Y).

Terdapat pengaruh erat antara persepsi kebermanfaatan terhadap

penggunaan *E-banking*. Persepsi kebermanfaatan yaitu tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi tertentu akan memberikan manfaat dan mampu meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Untuk meningkatkan penggunaan *E-banking*, maka pelaku UMKM tersebut harus percaya dan mengetahui bahwa penggunaan *E-banking* dapat memberikan manfaat dan mampu meningkatkan prestasi kerja pelaku UMKM tersebut. Sehingga pelaku UMKM dapat memaksimalkan manfaat *E-banking* dan terus menggunakan *E-banking*.

Hasil penelitian ini mendukung teori TAM (*Technology Acceptance Model*), dimana teori TAM berasumsi bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi pada umumnya ditentukan oleh proses kognitif dan bertujuan untuk memaksimalkan kegunaan teknologi itu sendiri (Oktabriantono, 2018).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktabriantono (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-banking*. Hasil penelitian oleh Dewi (2017), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-banking*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fachruddin dan Fadhli (2016), menunjukkan hasil yang sama, dimana terdapat pengaruh positif persepsi manfaat terhadap penggunaan *internet banking*.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh terhadap penggunaan *E-banking*. Semakin tinggi kepercayaan nasabah bahwa teknologi yang digunakan tersebut mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktivitas dan efektivitas, maka semakin sering nasabah menggunakannya.

### Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *E-banking* Pada UMKM di Kabupaten Buleleng

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ),

sebesar 0,500 menunjukkan bahwa setiap kenaikan persepsi kemudahan penggunaan sebesar 1 satuan akan meningkatkan penggunaan *E-banking* sebesar 0,500 satuan.

Hasil uji statistik  $t$  penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 5,833 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut memperlihatkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,833 > 1,985$ ) dan probabilitas signifikansinya dibawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima, yaitu persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *E-banking* ( $Y$ ).

Terdapat pengaruh erat antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *E-banking*. Persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat dengan mudah dipahami tanpa memerlukan kemampuan yang tinggi maupun usaha yang keras. Untuk meningkatkan penggunaan *E-banking*, maka pelaku UMKM tersebut harus percaya dan paham pengoperasian *E-banking* mudah dilakukan, mengerti mengenai tampilan dan fitur-fitur *E-banking* dengan jelas, dan mengetahui bahwa penggunaan *E-banking* mudah digunakan kapan dan dimanapun.

Hasil penelitian ini mendukung teori TAM (*Technology Acceptance Model*), dimana dalam teori TAM menyebutkan bahwa terdapat berhubungan antara variabel persepsi kemudahan menggunakan teknologi (*Perceived ease of use*) dengan sikap seseorang dalam penggunaan teknologi tersebut (Oktabriantono, 2018).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *E-banking*. Hasil penelitian oleh Dewi (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *E-banking*. Hasil penelitian

Oktabriantono (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *E-banking*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Fachruddin dan Fadhli (2016) juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *internet banking*.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap penggunaan *E-banking*. Semakin tinggi kepercayaan seseorang bahwa suatu sistem informasi mudah untuk digunakan, maka orang tersebut akan semakin sering menggunakannya.

### **Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan *E-banking* Pada UMKM di Kabupaten Buleleng**

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien persepsi risiko ( $X_3$ ), sebesar -0,102 menyatakan bahwa setiap kenaikan persepsi risiko sebesar 1 satuan akan menurunkan penggunaan *E-banking* sebesar -0,102 satuan.

Hasil uji statistik  $t$  penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko ( $X_3$ ), memiliki  $t_{hitung}$  sebesar -2,102 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,038. Hal tersebut memperlihatkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $-2,102 < -1,985$ ) dan probabilitas signifikansinya dibawah 0,05 ( $0,038 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima, yaitu persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan *E-banking* ( $Y$ ).

Terdapat pengaruh erat antara persepsi risiko terhadap penggunaan *E-banking*. Persepsi risiko merupakan tingkat ekspektasi seseorang terhadap ketidakpastian dan konsekuensi yang mungkin terjadi selama melakukan transaksi, sehingga orang tersebut memikirkan alternatif yang lebih aman. Untuk meningkatkan penggunaan *E-banking*, maka pelaku UMKM tersebut harus memiliki persepsi risiko yang rendah, artinya pelaku UMKM mengetahui adanya risiko dan mengetahui cara untuk



menghadapi risiko tersebut sehingga pelaku UMKM tidak memiliki ekspektasi buruk mengenai penggunaan *E-banking* dan tidak memiliki sikap ragu-ragu dalam menggunakan *E-banking*.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktabriantono (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan persepsi risiko terhadap penggunaan *E-banking*. Hasil Penelitian oleh Fachruddin dan Fadhli (2016) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan *internet banking*.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap penggunaan *E-banking*. Tingginya risiko persepsi juga dipengaruhi oleh sikap ragu-ragu pelaku UMKM dalam memutuskan untuk menggunakan *E-banking*. Persepsi risiko yang tinggi menimbulkan motivasi pelaku UMKM sebagai nasabah untuk ragu – ragu bahkan menghindari penggunaan *E-banking* dan mempertimbangkan alternatif lain.

### **Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Penggunaan *E-banking* Pada UMKM di Kabupaten Buleleng**

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien pengetahuan nasabah ( $X_4$ ), sebesar 0,394 menunjukkan bahwa setiap kenaikan pengetahuan nasabah sebesar 1 satuan akan meningkatkan penggunaan *E-banking* sebesar 0,394 satuan.

Hasil uji statistik t penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah ( $X_4$ ) memiliki  $t_{hitung}$  5,809 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut memperlihatkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,809 > 1,985$ ) dan probabilitas signifikansinya dibawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat ( $H_4$ ) diterima, yaitu pengetahuan nasabah ( $X_4$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *E-banking* ( $Y$ ).

Terdapat pengaruh erat antara pengetahuan nasabah terhadap penggunaan *E-banking*. Pengetahuan nasabah adalah seluruh informasi hasil

penginderaan yang dimiliki nasabah mengenai berbagai produk dan jasa. Untuk meningkatkan penggunaan *E-banking*, maka pelaku UMKM tersebut harus meningkatkan pengetahuannya mengenai *E-banking*. Hal ini karena apabila pelaku UMKM memiliki pengetahuan tentang *E-banking*, maka pelaku UMKM tersebut cenderung akan lebih sering menggunakan *E-banking*.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel pengetahuan terhadap minat menggunakan *E-banking*. Hasil penelitian Nisa (2018) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi ulang secara online. Hasil penelitian Fitri (2016) menunjukkan bahwa variabel independen pengetahuan nasabah, teknologi informasi, kepercayaan dan mutu *E-banking* secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu minat bertransaksi online.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pengetahuan nasabah memiliki pengaruh terhadap penggunaan *E-banking*. Tinggi rendahnya pengetahuan nasabah juga dipengaruhi oleh pengalaman pelaku UMKM dalam menggunakan menggunakan *E-banking*. Orang yang memiliki pengetahuan tentang teknologi tertentu cenderung akan lebih sering menggunakan teknologi tersebut dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki pengetahuan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) persepsi kebermanfaatan ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap penggunaan *E-banking* pada UMKM di Kabupaten Buleleng. Sesuai dengan hasil uji statistik t bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,060 lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,060 > 1,985$ ) dan probabilitas signifikansinya dibawah 0,05 ( $0,042 < 0,05$ ). Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima, (2) persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif

terhadap penggunaan *E-banking* pada UMKM di Kabupaten Buleleng. Sesuai dengan hasil uji statistik  $t$  bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 5,833 lebih besar dari  $t_{tabel}$  (5,833 > 1,985) dan probabilitas signifikansinya dibawah 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima, (3) persepsi risiko ( $X_3$ ) berpengaruh negatif terhadap penggunaan *E-banking* pada UMKM di Kabupaten Buleleng. Sesuai dengan hasil uji statistik  $t$  bahwa persepsi risiko memiliki  $t_{hitung}$  sebesar -2,102 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (-2,102 < -1,985) dan probabilitas signifikansinya dibawah 0,05 (0,038 < 0,05). Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima, dan (4) pengetahuan nasabah ( $X_4$ ) berpengaruh positif terhadap penggunaan *E-banking* pada UMKM di Kabupaten Buleleng. Sesuai dengan hasil uji statistik  $t$  bahwa pengetahuan nasabah memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 5,809 lebih besar dari  $t_{tabel}$  (5,809 > 1,985) dan probabilitas signifikansinya dibawah 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis keempat ( $H_4$ ) diterima.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka disarankan :

Bagi pihak bank disarankan untuk melakukan sosialisasi serta edukasi kepada pelaku UMKM mengenai adanya layanan *e-banking*, manfaat dan kemudahan layanan *e-banking*, serta cara untuk mengurangi terjadinya risiko *e-banking*. Selain sosialisasi, pihak bank juga harus terus memperbaharui produknya agar lebih mudah digunakan, serta meningkatkan keamanannya untuk mengurangi terjadinya tindak kejahatan.

Bagi pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng yang belum menggunakan *e-banking* agar memanfaatkan *e-banking* untuk mempermudah transaksi dalam kegiatan operasional usahanya. Lalu untuk pelaku usaha yang sudah menggunakan *e-banking* agar lebih menambah pengetahuannya mengenai *e-banking*, sehingga dapat menggunakan lebih

memahami kemudahan, manfaat serta cara meminimalisir risiko dari layanan *e-banking*.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengambil topik yang sama, disarankan untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penggunaan *E-banking*, karena keempat variabel independen dalam penelitian ini memberikan sumbangan sebesar 72 % , sedangkan masih terdapat 28% faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga diperlukan penelitian yang lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi penggunaan *E-banking*, seperti keamanan, kepercayaan, teknologi informasi, dan mutu *e-banking*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Ni Luh Putu Eka Puspa. 2017. *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*. Skripsi Universitas Pendidikan Ganesha.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Fachruddin, Rudi dan Fadhli Muhammad. 2016. *Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* Vol. 1, No. 2, (2016) Halaman 264-276.
- Fakhrurozi, Akhmad. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fatmawati, Endang. 2015. *Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*. *Jurnal Iqra'* Volume 09 No.01.

- Fitri, Fadhilatul. 2016. Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan Dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah Medan). Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Nisa, Azizah Khoirun. 2018. Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang). Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Oktabriantono, Adi Prasetya. 2017. *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan E-banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*. Skripsi Universitas Pendidikan Ganesha.
- Rizky, Nina. 2019. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan *E-banking* Dalam Bertransaksi Pada UMKM Di Kecamatan Buleleng. Skripsi Universitas Pendidikan Ganesha.
- Saputri, Linda. 2018. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas Electronic Banking Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Ungaran Timur Kabupaten Semarang). Skripsi IAIN Salatiga.