

PENGARUH KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta)

EFFECT OF USEFULNESS, EASY OF USE AND RISK PERCEPTION OF INTEREST IN TRANSACTION USING INTERNET BANKING (Case Study on Businessmen at Plaza Yogyakarta State University)

Oleh : **Catharina Octaviani Wulandari**

Prodi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta

octavianiwulandari1010@gmail.com

Amanita Novi Yushita, M.Si.

Staf Pengajar Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif yang bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking, (2) Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking, (3) Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking dan (4) Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking. Populasi penelitian ini sebanyak 45 pelaku usaha di Plaza UNY. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji prasyarat analisis, analisis regresi sederhana, dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Terdapat pengaruh positif Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*, (2) Terdapat pengaruh positif Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*, (3) Terdapat pengaruh negatif Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*, dan (4) Terdapat pengaruh positif Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

Kata kunci: Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

Abstract

This research is a comparative causal research which aims to know: (1) The Influence of Usefulness of Interest in Transaction Using Internet Banking, (2) The Influence of Ease of Use of Interest in Transactions Using Internet Banking, (3) The Influence of Risk Perception of Interest in Transaction Using Internet Banking and (4) The Influence of Usefulness, Ease of Use and Risk Perception towards the Interest of Transaction Using Internet Banking. The population of this study were 45 businessmen in Plaza UNY. Data analysis technique used descriptive statistical analysis, test requirements analysis, simple linear regression analysis, and double linear regression analysis. The results showed: (1) There is a positive influence on the Usefulness of Interest in Transaction Using Internet Banking, (2) There is a positive influence Ease of Use to Interest in Transaction Using Internet Banking, (3) There is negative influence Perception Risks to Interest in Transaction Using Internet Banking and (4) There is positive influence of Usefulness, Ease of Use and Perception of risk towards the Interests Transaction Using Internet Banking.

Keywords: Usefulness, Ease of Use, Risk Perception and Interest Using Internet Banking Transactions

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu teknologi informasi mengalami perkembangan yang begitu pesat. Teknologi dalam kehidupan manusia yang semakin maju dan modern membantu manusia dalam memenuhi berbagai kebutuhan akan informasi. Internet merupakan salah satu contoh perkembangan teknologi yang sedang berkembang pesat.

Indonesia adalah negara yang memiliki pengguna internet terbesar di Asia Tenggara. Internet di Indonesia saat ini sudah menjadi kebutuhan primer untuk para penggunanya. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sampai Januari 2016, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 88,1 juta, dimana 48% di antaranya merupakan pengguna internet harian (Presiden RI, 2016). Penggunaan internet memungkinkan setiap orang dengan mudah dan cepat melakukan berbagai macam kegiatan. Tidak hanya terbatas pada melakukan transfer data, melainkan juga dapat melakukan berbagai macam transaksi perbankan. Salah satu produk perbankan yang memanfaatkan perkembangan internet yaitu *Internet Banking*.

Di era modern seperti saat ini banyak pelaku usaha yang menjual barang dan jasanya secara online sangat terbantu dengan adanya Internet Banking. Penggunaan Internet Banking semakin meluas dikalangan pelaku usaha karena manfaat yang diberikannya dalam mempermudah proses transaksi. Layanan Internet Banking menyediakan fitur lengkap untuk menyelesaikan berbagai macam transaksi tanpa harus keluar rumah, nasabah dapat mengaksesnya melalui komputer.

Data Global Entrepreneurship Monitor (GEM) menyatakan bahwa, pelaku usaha di Indonesia sekitar 1,65% dari total penduduk Indonesia yakni sebanyak 250 juta jiwa. Berdasarkan data tersebut jumlah pelaku usaha di Indonesia masihlah kurang, untuk memajukan sebuah negara diperlukan wirausahawan sebanyak dua persen dari total penduduk (Media Indonesia, 2010).

Bisnis dapat tercipta dari berbagai kalangan, tidak terkecuali mahasiswa. Universitas Negeri Yogyakarta yang merupakan kampus yang mengusung tema ekonomi kerakyatan, berusaha untuk memupuk jiwa wirausaha mahasiswanya dengan memberikan berbagai fasilitas.

Beberapa cara yang dilakukan yaitu dengan memberikan mata kuliah kewirausahaan bagi para mahasiswa, mengadakan berbagai seminar kewirausahaan dan mendirikan Plaza UNY. Plaza UNY dipilih menjadi tempat penelitian karena keberagaman jenis usaha yang ada didalamnya, sehingga dapat menjelaskan minat penggunaan internet banking dari berbagai jenis usaha.

Para pelaku usaha di Plaza UNY sudah mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk menjual produk mereka secara online. Transaksi yang terjadi dalam sehari dapat mencapai lebih dari 10 transaksi dan transaksi tersebut lebih banyak terjadi secara online. Data yang diperoleh yakni, dari 12 pelaku usaha di Plaza UNY 10 diantaranya melakukan penjualan secara online dan 9 pelaku usaha mengetahui informasi mengenai layanan *Internet Banking* namun hanya 3 pelaku usaha yang menggunakan layanan tersebut. Sebuah sistem diciptakan untuk memberikan kemudahan dan membantu sebuah pekerjaan menjadi lebih ringan, namun dari fenomena di atas dapat kita lihat bahwa layanan *Internet Banking* kurang diminati dan para pelaku usaha di Plaza UNY lebih berminat untuk menyelesaikan transaksi dengan metode

Cash on Delivery atau melakukan transaksi dengan ATM.

Walaupun melakukan transaksi jual beli secara online, ATM dan Cash on Delivery (COD) masih menjadi pilihan utama bagi para pembeli online (Tobing, 2014). Minat nasabah untuk menggunakan layanan *Internet Banking* masihlah rendah. Berdasarkan hasil survey APJII terhadap 2000 sampel yang tersebar di seluruh Indonesia, teknis pembayaran transaksi online paling banyak dilakukan via ATM dengan persentasi 36,7 persen atau 48,7 juta jiwa, sedangkan untuk pembayaran ditempat atau COD 18,8 juta jiwa dengan persentasi 14,2 persen. Sementara pembayaran via *Internet Banking* jumlahnya hanya 9,9 juta jiwa dengan persentase 7,5 persen (Merina, 2016).

Para pelaku usaha beranggapan bahwa belum ada manfaat yang pasti mereka dapatkan dengan menggunakan layanan *Internet Banking*, karena sistemnya terlalu rumit dan manfaatnya tidak terlihat secara fisik. Oleh sebab itu muncul pertanyaan tentang bagaimana manfaat penggunaan *Internet Banking* bagi para pelaku usaha. Pelaku usaha yang tidak merasakan manfaat dari *Internet Banking* terhadap kelancaran bisnisnya

akan tidak memiliki minat untuk menggunakan layanan Internet Banking.

Tidak sedikit pelaku usaha yang memiliki fasilitas *Internet Banking* namun tidak pernah menggunakannya, karena pengoperasian sistem yang terkesan rumit dan tidak semua orang paham cara penggunaannya. *Internet Banking* diciptakan untuk mempermudah transaksi, jika para pelaku usaha yang sering melakukan transaksi jual beli paham akan cara penggunaannya dan menganggap layanan tersebut dapat mempermudah suatu transaksi maka layanan *Internet Banking* akan diminati.

Berbagai kemudahan ditawarkan dalam melakukan transaksi online, namun dibalik itu terdapat risiko yang juga dapat terjadi dalam bertransaksi secara online. Semakin canggih teknologi informasi semakin tinggi pula tingkat kejahatan melalui dunia maya (cyber crime) yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Seseorang tentu akan mempertimbangkan risiko dari sebuah penggunaan teknologi. Pelaku usaha yang sadar akan Risiko yang akan ditanggung jika menggunakan layanan Internet Banking akan mengurangi minatnya untuk bertransaksi menggunakan Internet Banking.

Beberapa orang mengetahui Risiko yang akan ditanggung jika menggunakan Internet Banking, namun tetap berminat menggunakannya karena memperoleh manfaat dari layanan Internet Banking. Persepsi Risiko memainkan peranan yang kuat untuk mengurangi minat pelaku usaha untuk mengambil bagian dalam Internet Banking sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif terhadap minat bertransaksi secara online.

Teori yang mendasari penelitian terhadap minat penggunaan teknologi informasi adalah Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). Variabel Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Persepsian dan Minat merupakan bagian variabel dari teori TAM dan TPB. Variabel-variabel tersebut dipilih karena merupakan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Pemaparan fenomena di atas menimbulkan ketertarikan untuk melakukan penelitian terkait Minat bertransaksi menggunakan Internet Banking. Penelitian akan dilakukan menggunakan model TAM dan TPB. Peneliti akan mencoba untuk melihat beberapa faktor yang mempengaruhi

sikap yang juga mempengaruhi Minat bertransaksi menggunakan Internet Banking. Penelitian yang akan dilakukan saat ini berfokus pada penggunaan Internet Banking pada pelaku usaha di Plaza UNY.

Berdasarkan latar belakang yang telah paparkan di atas, dapat diketahui bahwa Minat para Pelaku Usaha di Plaza UNY untuk bertransaksi menggunakan Internet Banking masih rendah. Sebuah sistem diciptakan untuk memberikan manfaat dan kemudahan kepada penggunanya, apabila sebuah sistem tidak diminati maka dapat dikatakan bahwa sistem tersebut mengalami kegagalan. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking pada Pelaku Usaha di Plaza UNY”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena data yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa data kuantitatif atau data yang berupa angka-angka dan analisis yang dilakukan mempergunakan statistik yang bertujuan untuk melakukan

pengujian terhadap hipotesis penelitian yang sudah dirumuskan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal komparatif. Studi kausalitas adalah penelitian yang menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, yang mengukur kekuatan hubungan dari masing-masing variabel yang diteliti kemudian dicari pengaruhnya dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor Kebermanfaatan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Persepsi Risiko (X3), berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking pada Pelaku Usaha di Plaza UNY (Y).

Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking

Minat perilaku menurut Jogiyanto (2007:116) adalah keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat tidaklah selalu sama, seiring berjalannya waktu minat seseorang dapat berubah. Ketika seseorang menyadari implikasi dari tindakannya menimbulkan hal yang positif maka orang itu akan mempertahankan minatnya. Minat merupakan fungsi dari dua penentu dasar diantaranya (Jogiyanto, 2007:31):

1. Penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi
2. Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial

Menurut Smadi (2012:130) faktor-faktor yang menimbulkan Minat dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Faktor kebutuhan dari dalam
2. Faktor motif sosial
3. Faktor emosional

Penelitian ini termasuk golongan faktor emosional, karena penelitian ini melihat dari sisi menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu. Dalam penelitian ini kegiatan yang dimaksud adalah kegiatan Minat Bertransaksi, sedangkan objek penelitian ini berfokus pada Internet Banking.

Transaksi dapat didefinisikan sebagai kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan sedikitnya dua pihak yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha atau pinjam meminjam (Zulkifli, 2001:289). Apabila pertukaran tersebut memberikan manfaat positif, maka transaksi tersebut akan diminati. Jika seseorang merasa senang dan berminat melakukan transaksi, orang itu akan terus melakukan transaksi di masa yang akan datang.

Internet Banking dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik dan saluran komunikasi internet. Nasabah tidak perlu berlama-lama mengantri di bank, cukup bermodalkan handphone, komputer/PC dan koneksi internet para nasabah dapat melakukan transaksi. Internet Banking memberikan berbagai manfaat bagi nasabah, namun dibalik itu terdapat Risiko dalam penggunaannya. Olehkarena itu diperlukan pengaman yang baik untuk dapat mengakses layanan Internet Banking.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking adalah keinginan atau ketertarikan seseorang untuk lebih memperhatikan dan atau menggunakan Internet Banking untuk menyelesaikan transaksi bisnis. Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan sering digunakan untuk menjelaskan penerimaan terhadap penggunaan sistem teknologi adalah Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Planned Behavior (TPB). Menurut Jogiyanto (2007:113), konstruksi TAM terdiri dari :

1. Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*).

2. Kemudahan Penggunaan persepsian (*perceived ease of used*)
3. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)
4. Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavior intention to use*)
5. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)

Selain itu TPB juga menjelaskan bahwa kepercayaan dan Persepsi Risiko mempengaruhi Minat atau keinginan menggunakan teknologi. TPB merupakan teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi informasi. Penelitian ini mengambil Kebermanfaatan dan Kemudahan Penggunaan dalam TAM serta Persepsi Risiko dalam TPB untuk dijadikan variabel independen dalam penelitian ini.

Kebermanfaatan

Menurut Davis (1989:320) Kebermanfaatan adalah keadaan ketika seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah sistem akan dapat meningkatkan kinerjanya. Kebermanfaatan merupakan salah satu bagian dari Technology Acceptance Model (TAM)

yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Ketika kinerja seseorang mengalami peningkatan ketika menggunakan sebuah sistem, maka sistem tersebut dianggap memiliki manfaat yang tinggi. Menurut Jogiyanto (2007:113) Kebermanfaatan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Seseorang yang ingin mengetahui apakah sebuah teknologi mampu meningkatkan kinerjanya atau tidak harus mencoba teknologi tersebut.

Dalam penelitian ini dapat diartikan bahwa Kebermanfaatan dalam Internet Banking adalah pandangan pelaku usaha mengenai manfaat yang diperolehnya dalam menggunakan Internet Banking, yaitu berupa peningkatan kinerja. Seorang pelaku usaha akan menggunakan layanan Internet Banking apabila teknologi tersebut dapat memberikan pengaruh positif terhadap bisnisnya dan dapat meningkatkan kinerja. Kebermanfaatan dalam menggunakan Internet Banking merupakan manfaat yang akan diperoleh dan diharapkan oleh pelaku usaha dalam melaksanakan transaksi bisnisnya. Dengan menggunakan Internet Banking pelaku usaha dapat melakukan pengecekan saldo dengan mudah dan dapat langsung memproses pesanan konsumen dengan cepat.

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang jika mereka menggunakan suatu sistem maka mereka akan bebas dari upaya (Mathieson, 1991:180). Seseorang yang percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Variabel Kemudahan Penggunaan ini memberi indikasi bahwa sebuah sistem dibuat untuk memberikan kemudahan bukan untuk mempersulit penggunaannya. Dengan demikian, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang mengerjakan suatu hal secara manual.

Kemudahan Penggunaan merupakan suatu sikap di mana seseorang berpikir bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Variabel Kemudahan Penggunaan teknologi Internet Banking didefinisikan sebagai suatu keyakinan dimana seseorang berpikir bahwa penggunaan layanan Internet Banking dapat dengan mudah untuk dipahami, dipelajari dan digunakan.

Persepsi Risiko

Lee (2008:138) mendefinisikan Persepsi Risiko (*perceived risk*) dianggap sebagai ukuran potensi kerugian dari sebuah tindakan yang tidak

menguntungkan dan merupakan kepastian dari perasaan subyektif individu atas konsekuensi dari kerugian. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa risiko selalu dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya sesuatu yang merugikan yang tidak diduga/tidak diinginkan. Jadi merupakan ketidakpastian atau kemungkinan terjadinya sesuatu, yang apabila terjadi akan mengakibatkan kerugian.

Javernpa et al. (2000:141) menyebutkan persepsi risiko memainkan peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dalam sistem informasi. Persepsi risiko dimungkinkan akan memberikan pengaruh negatif terhadap minat penggunaan sistem online. Dalam melakukan transaksi online, pasti setiap orang akan selalu memperhitungkan risiko yang mungkin akan dapat diterimanya. Persepsi Risiko Internet Banking merupakan suatu kepercayaan seseorang mengenai kerugian yang mungkin akan dialami yang diakibatkan oleh suatu ketidakpastian yang mungkin dapat diterima atas penggunaan layanan Internet Banking.

Berdasarkan pertimbangan di atas diperoleh populasi penelitian sebanyak 45 pelaku usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan

kuesioner. Jenis pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Teknik analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif, uji prasyarat analisis, uji regresi linier sederhana, dan uji regresi linier berganda. Statistik deskriptif meliputi rata-rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), nilai minimum, nilai maksimum, rentang data dan jumlah (*sum*). Uji prasyarat analisis terdiri dari uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku usaha di Plaza UNY. Sedangkan uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* memiliki skor tertinggi sebesar 28 dan skor terendah sebesar 14. Hal tersebut menunjukkan bahwa besar Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* yang menjadi sampel penelitian ini berkisar antara 14 sampai 28 dengan nilai rata-rata 19,95 dan standar deviasi sebesar 3,17.

Statistik Deskriptif Kebermanfaatan

Kebermanfaatan *Internet Banking* memiliki skor tertinggi sebesar 44 dan skor terendah sebesar 22. Hal tersebut menunjukkan bahwa besar Kebermanfaatan yang menjadi sampel penelitian ini berkisar antara 22 sampai 44 dengan nilai rata-rata 33 dan standar deviasi sebesar 4,24.

Statistik Deskriptif Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Penggunaan *Internet Banking* memiliki skor tertinggi sebesar 37 dan skor terendah sebesar 21. Hal tersebut menunjukkan bahwa besar Kemudahan Penggunaan yang menjadi sampel penelitian ini berkisar antara 21 sampai 37 dengan nilai rata-rata 30,02 dan standar deviasi sebesar 2,96.

Statistik Deskriptif Persepsi Risiko

Persepsi Risiko *Internet Banking* memiliki skor tertinggi sebesar 22 dan skor terendah sebesar 13. Hal tersebut menunjukkan bahwa besar Minat

Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* yang menjadi sampel penelitian ini berkisar antara 13 sampai 22 dengan nilai rata-rata 17,6 dan standar deviasi sebesar 2,36.

Hasil Pengujian Prasyarat Analisis

Uji Linieritas

Hasil uji Linieritas dengan menggunakan *Test for Linearity* diperoleh hasil untuk Kebermanfaatan dengan nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,546, Kemudahan Penggunaan sebesar 0,635 dan Persepsi Risiko sebesar 0,138. Nilai tersebut berada diatas tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data linier.

Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas diperoleh nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi antarvariabel independen atau model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas dan model regresi layak digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dengan Uji *Glejser* menunjukkan masing-masing variabel independen memperoleh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi

dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individu (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi linier sederhana variabel independen yang terdiri dari Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara individu (parsial) terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Variabel	T	Sig.
Kebermanfaatan	4,324	0,000
Kemudahan Penggunaan	5,454	0,000
Persepsi Risiko	-4,841	0,000

Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

Berdasarkan hasil uji t variabel Kebermanfaatan diperoleh nilai t hitung sebesar 4,324 lebih besar dari t tabel sebesar 1,682. Hal ini menunjukkan bahwa Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan

Internet Banking. Artinya semakin tinggi Kebermanfaatan maka Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* juga semakin tinggi.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

Berdasarkan hasil uji t variabel Kemudahan Penggunaan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,454 lebih besar dari t tabel sebesar 1,682. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*. Artinya semakin tinggi Kemudahan Penggunaa maka Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* juga semakin tinggi.

Pengaruh Persepsi Riisko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*

Berdasarkan hasil uji t variabel Persepsi Risiko diperoleh nilai t hitung sebesar -4,841 lebih kecil dari t tabel sebesar -1,682. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*. Artinya semakin tinggi Persepsi Risiko maka Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* akan semakin rendah.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model		F	Sig.
1	<i>Regresion</i>	18,432	0,000
	<i>Residual</i>		
	Total		

Pada hasil uji F diperoleh nilia F hitung 18,432 , nilai tersebut lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,44. Sehingga dapat dikatakan bahwa Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Kebermanfaatan *Internet Banking* terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Dibuktikan dengan nilai, t hitung > t tabel (4,324 > 1,682). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* bersifat positif, dengan demikian semakin besar Kebermanfaatan maka akan semakin tinggi pula Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.
2. Kemudahan Penggunaan *Internet Banking* terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi

Menggunakan Internet Banking pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Dibuktikan dengan nilai, t hitung $>$ t tabel ($5,454 > 1,682$). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* bersifat positif, dengan demikian semakin besar Kemudahan Penggunaan maka akan semakin tinggi pula Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

3. Persepsi Risiko *Internet Banking* terbukti berpengaruh negatif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking pada Pelaku Usaha di Plaza UNY. Dibuktikan dengan nilai, t hitung $<$ t tabel ($-4,841 > -1,682$). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking* bersifat negatif, dengan demikian semakin besar Persepsi Risiko maka akan semakin rendah Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

4. Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Internet Banking*.

Saran

1. Responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha sering kali melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika mengoperasikan internet banking. Oleh karena itu, sebaiknya pihak bank hendaknya memperhatikan tampilan internet banking. Sebaiknya internet banking memiliki tampilan yang mudah untuk dipahami dan dilengkapi dengan panduan, sehingga para pengguna dapat mengoperasikannya dengan mudah dan tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut.
2. Responden juga memberikan penilaian terendah pada pernyataan bertransaksi menggunakan internet banking terdapat informasi yang dapat menimbulkan permasalahan yang tidak terduga. Oleh karena itu, sebaiknya pihak penyedia layanan internet banking meningkatkan sistem keamanan dan kerahasiaan pada layanan internet banking serta mempromosikan layanan tersebut dengan jaminan keamanan dan kerahasiaan yang dimilikinya, sehingga menimbulkan persepsi bahwa layanan internet banking tidak menimbulkan permasalahan yang tidak terduga.
3. Banyak pengisi stand di Plaza UNY yang memanfaatkan layanan internet

untuk menjual barang dan jasanya, sebaiknya pengelola Plaza UNY memberikan fasilitas-fasilitas penunjang seperti layanan hotspot. Karena saat ini layanan hotspot hanya terbatas pada bagian Kopma Core dan untuk mendapatkan layanan tersebut pelanggan harus membeli barang dengan harga tertentu.

4. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan penelitian dengan ruang lingkup yang lebih luas. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden yang digunakan dalam penelitian sehingga hasil yang nantinya diperoleh dapat lebih mencerminkan keadaan yang sebenarnya.
5. Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko mempengaruhi 54,3% Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking, sedangkan sisanya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan faktor-faktor lain yang mempengaruhi Minat Pelaku Usaha untuk menggunakan layanan Internet Banking dalam menyelesaikan transaksi bisininya, seperti kepercayaan, reputasi dan kualitas informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Smadi, M. & S.A. Al-Wabel. (2012). The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks . *Journal of Internet Banking and Commerce*. vol. 29, pp.130 141
- Ariwibowo, D. J. (2012). Pengaruh *Trust* dan *Perceived of Risk* terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Chin W. Wynne, Todd Peter. (1995). "On The Use Usefulness, Ease of Use of Structural Eequation Modeling in MIS Research : A Note of Caution ". *Management Information System Quarterly* (Vol 19 No 2). Hlm 237-246.
- Davis, F.D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly* (Vol. 13 No. 5). Hlm 319-339.
- Djojosoedarso, S. (1999). Prinsip-prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2009). Analisis Regresi. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Harlan, D.M. (2014). Penagruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking pada UMKM di Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Hasan, M. I. (2003). Pokok-pokok Materi Statistik 2. Jakarta: Bumi Aksara

- Javenpaa. (2000). The use of collaborative electronic media for information sharing: an exploratory study of determinants. *The Journal of Strategic Information Systems*. Volume 9, Issues. 2–3. Hlm. 129–154.
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta : Andi.
- Kurniawan, T.A. (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko terhadap Minat untuk Menggunakan Jasa Rekening Bersama (REKBER) pada Forum Jual Beli Kaskus. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Lee, M. (2008). Factors influencing the adoption of internet banking : An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Application* 8, pp. 130-141.
- Lesmana, A.S & Hidayatullah A. (2016). Polisi Tangkap 4 Tersangka Kasus Pembobolan "Internet Banking". (<http://www.suara.com/news/2016/01/18/122800/polisi-tangkap-4-tersangka-kasus-pembobolan-internet-banking>). Diakses pada 20 Januari 2017.
- Mathieson, K. (1991). "Predicting User Intentions Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior," *Information System Research* (2:3), 1991, pp.173-191.
- Merina, Nely. (2016). Data Pengguna Internet di Indonesia 2016. (<http://goukm.id/data-pengguna-internet-di-indonesia-2016/>). Diakses
- Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model. *Journal of Logistics Information Management*.
- _____. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 7, No. 3. Hlm. 69-103.
- Pradhita Saraswati dan Zaki Baridwan. (2013). "Penerimaan Sistem E-Commerce: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. (Vol 1, No 2). Hlm 1-19.
- PresidenRI. (2016). Membuka dan Mengembangkan Potensi E-Commerce Di Indonesia. (<http://presidenri.go.id/topik-aktual/membuka-dan-mengembangkan-potensi-e-commerce-di-indonesia.html>). Diakses pada 17 Desember 2016.
- Putra, D. E., Astuti, E. S. & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kemanfaatan, Minat dan Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya.
- Riswandi. (2005). Mengenal Electronic Banking. (www.bi.go.id/NR/rdonlyres/.../MengenalElectronicBanking.pdf). Diakses pada tanggal 20 Januari 2017.
- Slameto. (1995). Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.

- _____.(2010). Statistika Untuk Penelitions. Bandung : CV Alfabeta.
- _____.(2012). Statistika untuk Penelitian. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2009). Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta
- _____. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Adi Mahasatya.
- Tobing, D. (2014). Pertumbuhan Internet Banking dan e-Commerce di Indonesia : ATM dan CoD Mendominasi.
(<https://startupbisnis.com/pertumbuhan-internet-banking-dan-e-commerce-di-indonesia-atm-dan-cod-mendominasi/>). diakses pada 15 Desember 2016.
- Umar , H. (2008). Desain Penelitian dan Perilaku Karyawan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____.(2011). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers.
- Vankatesh, V. Morris et. al. (2003). User Acceptance of Information Technology:*Toward a Unified View. MIS Quartely*. Vol. 27 No. 3: Hal. 425-478.
- _____. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into The Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*. Vol. 11 No. 4: pp 342-365.
- Wuradji. (2006). Panduan Penelitian Survai. Yogyakarta: Lembaga Penelitian UNY
- Zulkifli Amsyah. (2001). Manajemen Sistem Informasi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

