

## PENGARUH PRIVASI DAN KEAMANAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN PAYMENT FINTECH

Dwi Irawan<sup>1</sup>, Muhammad Wildan Affan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
[irawan@umm.ac.id](mailto:irawan@umm.ac.id); [wildan@umm.ac.id](mailto:wildan@umm.ac.id)

### Abstract

*The 4.0 industrial revolution demands creativity and innovation in utilizing information technology. Fintech is an innovation in the financial industry, but there are many inherent risks. Therefore, this study aims to analyze the factors that influence consumers to use fintech in the payment process. This study uses theory of planned behavior in shaping research models. The sample in this study was selected using purposive sampling, from which the sampling method obtained 93 respondents. The results showed that security perceptions influence users' intention to use fintech, transaction security is still considered a major thing for users of payment fintech in Indonesia, because perceived risk is a fundamental obstacle for users considering using Fintech. However, the perception of privacy does not affect user's intention to use fintech, this result is possible because the technology of fintech payment in Indonesia has given breadth for its users to control their privacy. This research contributes in providing an explanation of how privacy and security can affect user's intention to use payment fintech.*

**Keywords:** *Payment fintech; Privacy; Security; Theory of Planned Behavior*

### Abstrak

Revolusi industri 4.0 menuntut kreatifitas dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi informasi. Fintech merupakan inovasi dalam industri keuangan, tetapi banyak risiko yang melekat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan fintech dalam proses pembayaran. Penelitian ini menggunakan *Theory Planned Behavior* dalam membentuk model penelitian. Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan purposive sampling, dimana dari metode sampling tersebut diperoleh responden sebanyak 93 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap niat pengguna dalam menggunakan fintech, keamanan bertransaksi masih di anggap suatu hal yang utama bagi pengguna *payment fintech* di Indonesia, karena risiko yang dirasakan adalah hambatan mendasar bagi pengguna mempertimbangkan penggunaan Fintech. Namun, persepsi privasi tidak berpengaruh terhadap niat pengguna dalam menggunakan fintech, hasil ini dimungkinkan karena teknologi *payment fintech* di Indonesia telah memberikan keluasaan bagi penggunanya untuk mengontrol privasi masing-masing. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memberikan penjelasan tentang bagaimana privasi dan keamanan dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *payment fintech*.

**Katakunci:** Keamanan; Payment fintech; Privasi; Theory of Planned Behavior

*Cronicle of Article: Received (April 2020); Revised (May 2020); and Published (June 2020).*

©2020 Jurnal Kajian Akuntansi Lembaga Penelitian Universitas Swadaya Gunung Jati.

**Profile and corresponding author:** Dwi Irawan and Muhammad Wildan Affan are from accounting study program, Faculty of Economic and Business, University of Muhammadiyah Malang, East Java – Indonesia. Corresponding Author: [irawan@umm.ac.id](mailto:irawan@umm.ac.id)

**How to cite this article:** Irawan, D. & Affan, M., W. (2020). Pengaruh Privasi Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Fintech. *Jurnal Kajian Akuntansi*. Jurnal Kajian Akuntansi, 4 (1), 52-62.

## INTRODUCTION

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, seluruh pemilik bisnis dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam menggunakan teknologi informasi. Hal ini diimplementasikan pada layanan yang diberikan suatu entitas dengan mengadopsi teknologi tertentu (Sulistiyowati et al., 2020), (Saragih & Septamia, 2019), (Hasan et al., 2019). Ekspansi bisnis dengan teknologi informasi jika dimanfaatkan dengan baik akan dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang diantaranya dapat memperluas pemasaran sehingga akan meningkatkan pendapatan dan laba bagi perusahaan. Namun, perkembangan teknologi informasi juga membuka persaingan bisnis seluas-luasnya antar perusahaan. Sehingga dengan memperluas pemasaran saja tidak cukup, selain itu pemilik bisnis harus pandai menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan menempatkan pelanggan sebagai tujuan dari perusahaan untuk dapat bertahan ditengah persaingan bisnis.

Mobile Commerce (m-commerce) merupakan salah satu metode dalam menjalin hubungan bisnis dengan pelanggan di berbagai pelosok negeri dengan memanfaatkan teknologi informasi yang berupa smartphone. M-Commerce adalah model transaksi bisnis elektronik dan aktivitas lainnya yang dilakukan melalui ponsel atau perangkat seluler lainnya (Ivan, Milodin, & Zamfiroiu, 2013). Adanya M-Commerce tentu telah merubah gaya hidup konsumen, dimana konsumen dapat melakukan transaksi keuangan, perdagangan dan jasa dimanapun mereka berada selama masih ada mobile phone dan jaringan internet. Salah satu m-commerce yang sedang berkembang saat ini adalah teknologi keuangan (fintech). Pada saat ini sebagian besar bank-bank mulai menggunakan fintech, karena fintech mampu memberi kepastian aliran baru pendapatan, melakukan penawaran, target penjualan

dan meningkatkan jasa kepada pelanggan (Stewart & Jürjens, 2018).

Fintech diakui sebagai salah satu inovasi terpenting dalam industri keuangan dan berkembang dengan cepat, sebagian didorong oleh ekonomi berbagi, regulasi yang menguntungkan, dan teknologi informasi. Fintech menjanjikan untuk membentuk kembali industri keuangan dengan memotong biaya, meningkatkan kualitas layanan keuangan, dan menciptakan lanskap keuangan yang lebih beragam dan stabil (Lee & Shin, 2018), 83% lembaga keuangan percaya bahwa berbagai aspek bisnis mereka berisiko terhadap startup fintech. Karena perusahaan fintech sudah memiliki dampak signifikan pada industri keuangan, setiap perusahaan keuangan perlu membangun kemampuan untuk memanfaatkan dan / atau berinvestasi di fintech agar tetap kompetitif (Lee & Shin, 2018). Munculnya berbagai risiko transaksi fintech membuat konsumen enggan untuk menggunakan aplikasi tersebut. Pengguna fintech tentu diharuskan untuk memasukkan data pribadi ke dalam sistem informasi untuk dapat menggunakan fasilitas yang ada pada aplikasi tersebut, hal ini memungkinkan adanya penyalahgunaan informasi yang diberikan konsumen. Semakin tinggi risiko maka pertimbangan seseorang dalam menggunakan aplikasi tersebut semakin berkurang (Musyaffi & Kayati, 2020). Penghalang utama adopsi fintech adalah privasi dan keamanan data, oleh karena itu risiko yang atas penggunaan fintech akan lebih diperhatikan oleh pelanggan dari pada kualitas produknya (Stewart & Jürjens, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu telah menjelaskan bahwa privasi dan keamanan mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan aplikasi *m-commerce* diantaranya, penggunaan *m-commerce* pada perusahaan jasa keuangan harus diimbangi dengan keamanan yang

memadai, sehingga transfer data dengan seseorang khususnya yang berhubungan dengan rekening bank hanya dapat dilakukan oleh pemilik rekening saja (Ivan et al., 2013), terdapat peran penting privasi terhadap penggunaan fintech (Sinha, Majra, Hutchins, & Saxena, 2019). Privasi dan keamanan pengguna teknologi informasi merupakan permasalahan serius yang dihadapi oleh penyedia layanan IT (Udo, 2001). Pemahaman mengenai privasi dan keamanan mempengaruhi niat pengguna m-banking (Susanto, Chang, & Ha, 2016), pemahaman masalah keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat dan kepuasan konsumen untuk menggunakan m-commerce (Xu, 2013). Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada m-commerce dan masih sedikit yang mengulas lebih mendalam permasalahan dalam penggunaan fintech khususnya payment fintech. Padahal resiko keuangan yang di hadapi oleh pengguna *payment fintech* lebih besar dibandingkan dengan m-commerce lainnya. Jika informasi pribadi konsumen yang berhubungan dengan penggunaan *payment fintech* (username dan password) diketahui oleh orang lain, maka saldo dan transaksi keuangan lainnya dapat disalahgunakan oleh orang lain tersebut. Maka dari itu penting bagi peneliti dan industri *payment fintech* untuk mengetahui pengaruh pemahaman konsumen masalah privasi dan keamanan sebuah *payment fintech* terhadap niat menggunakan aplikasi payment fintech.

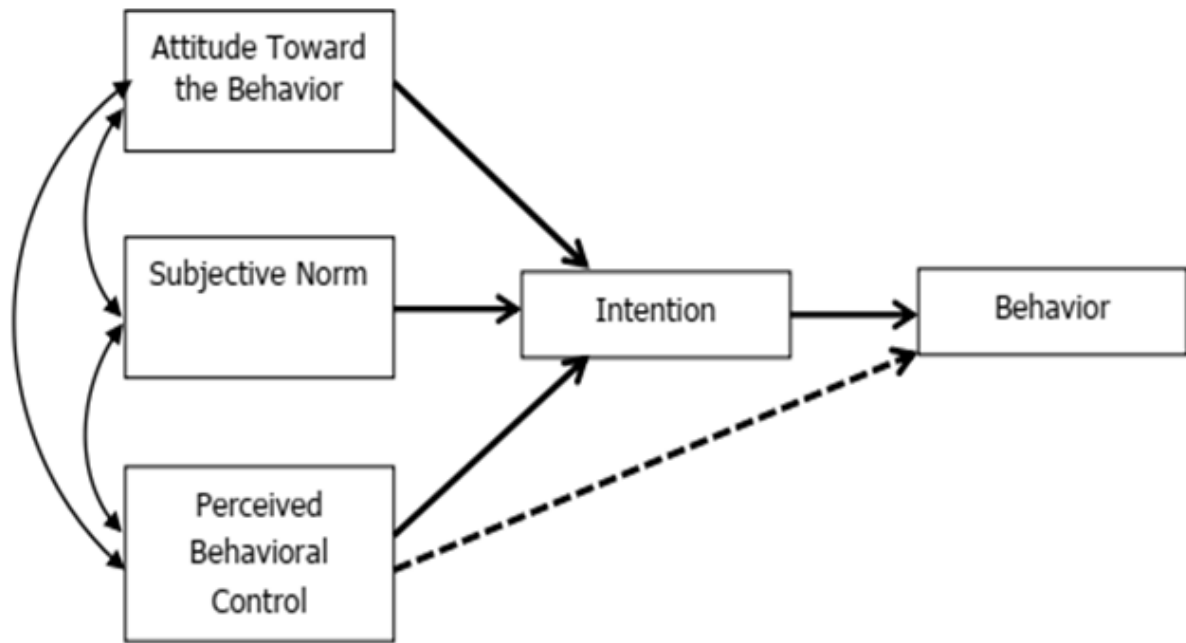
Penelitian ini juga menggunakan *Theory Planned Behaviour* Ajzen (1991) sebagai kerangka dalam memahami privasi dan keamanan terhadap niat menggunakan fintech. Niat seseorang dalam melakukan sesuatu di pengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku (Rosnidah et al., 2018). Sikap dalam penelitian ini berhubungan dengan masalah privasi dan

kemanan fintech. Norma subjektif dalam penelitian ini berhubungan dengan tekanan sosial yang membuat seseorang ingin atau tidak ingin mengungkapkan informasi pribadi dan transaksinya, serta memandang keamanan bertransaksi dengan fintech sebagai pertimbangan yang utama seseorang sebelum menggunakan fintech. Kontrol perilaku dalam penelitian ini berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengendalikan privasi dan juga keamanan dalam bertransaksi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini juga memberikan bukti empirik bagaimana *Theory Planned Behaviour* mampu menjelaskan pengaruh pemahaman privasi dan keamanan terhadap niat untuk menggunakan fintech.

## KAJIAN PUSTAKA

### Theory of Planned Behavior

*Theory Planned Behaviour* adalah teori yang digunakan untuk memprediksi perilaku individu secara lebih spesifik. TPB merupakan ekstensi dari *Theory of Reasoned Action* yang mana digunakan untuk menjelaskan hubungan antara niat dan kontrol perilaku yang dirasakan. Semakin kuat niat untuk terlibat dalam perilaku semakin besar kemungkinan kinerjanya (Ajzen, 1991). Terdapat tiga dimensi yang mendasari niat dan perilaku seseorang dalam melakukan sesuatu yakni: 1) Sikap: mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki penilaian suka atau tidak suka terhadap perilaku yang dipertanyakan, 2) Norma subjektif: mengacu pada persepsi seseorang tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu, 3) Kontrol perilaku: mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan sesuatu dan itu dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu.



Gambar 1. Theory of Planned Behaviour

Sumber: Ajzen, 1991; hal 182

### Teknologi Keuangan (Fintech)

Fintech merupakan bagian dari sebuah m-commerce yang spesifik berhubungan dengan transaksi keuangan menggunakan smartphone. Fintech merupakan penggabungan layanan keuangan dengan teknologi informasi. Fintech tidak terbatas pada sektor spesifik seperti pembiayaan atau model bisnis, sebaliknya juga mencakup seluruh bisnis jasa keuangan dan produk tradisional (simpan pinjam) yang disediakan oleh lembaga keuangan (Ryu, 2018). Menurut (Romānova & Kudinska, 2016) produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan fintech terdiri dari dua grup : 1) Perusahaan fintech yang menyediakan jasa untuk perbankan (seperti : menyediakan teknologi yang digunakan oleh bank untuk jasa keuangan), 2) Perusahaan fintech yang menyediakan jasa yang dicover oleh bank (seperti : pembayaran)

Lebih lanjut (Romānova & Kudinska, 2016) menambahkan bahwa perbankan akan memperoleh keunggulan komparatif jika bekerjasama dengan penyedia fintech diantaranya adalah: 1) Layanan keuangan yang terstandar dan murah, 2) Berbasis internet, 3) Mengubah perilaku konsumen,

4) Regulasi layanan keuangan yang lebih rendah, 5) Memiliki resiko yang lebih rendah dari jasa atau produk keuangan.

Menurut (Arner, Barberis, & Buckley, 2015) Fintech saat ini terdiri dari lima bidang utama, yaitu: 1) Keuangan dan investasi, 2) Operasi dan manajemen risiko, 3) Pembayaran dan infrastruktur, 4) Keamanan data dan monetisasi, dan 5) Antarmuka pelanggan. Pada penelitian ini berfokus pada payment fintech, dimana layanan pembayaran fintech memungkinkan pengguna yang menggunakan lembaga keuangan tertentu untuk menggunakan layanan pembayaran khusus yang independen yang tidak tergantung pada layanan pembayaran lembaga keuangan tetapi yang disesuaikan dengan kenyamanan pengguna (Kang, 2018).

### Privasi

Privasi adalah hak asasi manusia tentang kapan, bagaimana, dan sejauh mana informasi pribadi dapat dikomunikasikan kepada orang lain (Sinha et al., 2019). Privasi memiliki dua dimensi yaitu privasi informasi dan privasi psikologis. Privasi informasi mengacu pada kemampuan individu untuk menentukan bagaimana,

kapan, dan seberapa banyak informasi pribadi diungkapkan kepada orang lain atau organisasi. Sedangkan privasi psikologis berkaitan dengan sejauh mana seseorang dapat mengontrol input dan output baik kognitif maupun afektif, membentuk nilai-nilai, dan mempertahankan hak untuk menentukan dengan siapa dan dalam keadaan apa seseorang akan berbagi pemikiran atau mengungkapkan informasi pribadinya (Ng-Kruelle, Swatman, Rebne, & Hampe, 2002). Permasalahan yang timbul atas privasi ini adalah siapa saja yang berhak memiliki akses atas informasi pribadi seseorang. Pengguna fintech tentu dihadapkan pada resiko penyalahgunaan informasi pribadi maupun transaksi keuangan yang dilakukan oleh orang lain. Hal ini menimbulkan kekhawatiran tersendiri bagi pengguna fintech sehingga dibandingkan dengan menggunakan fintech seseorang lebih menyukai transaksi tradisional.

Masing-masing individu memandang tingkat masalah privasi dari sudut pandang yang berbeda-beda. Terdapat tiga kategori dalam membedakan permasalahan privasi, yaitu privasi dasar, privasi pragmatis dan privasi yang tidak diperhatikan. Privasi dasar memandang privasi sebagai nilai yang sangat tinggi yang sangat dirasakan. Privasi pragmatis apabila seseorang memiliki perasaan yang kuat tentang privasi tetapi juga dapat melihat manfaat dari menyerahkan beberapa informasi privasi dalam situasi di mana mereka tetap memperhatikan pencegahan penyalahgunaan informasi ini. Privasi yang tidak diperhatikan apabila seseorang yang tidak memiliki masalah nyata tentang privasi atau tentang bagaimana orang dan organisasi lain menggunakan informasi tentang mereka (Buchanan, Paine, Joinson, & Reips, 2007). *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) merupakan teori yang sering digunakan dalam memprediksi sebuah model, dimana sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku

mempengaruhi niat seseorang dalam berperilaku. Sikap seseorang dalam mempersepsikan sisi positif maupun negatif dari privasi *payment fintech* akan mempengaruhi niat orang tersebut untuk menggunakannya. Norma subjektif berkaitan dengan tekanan sosial yang memandang pentingnya menjaga privasi pribadi, sehingga memaksa individu dalam menentukan niat untuk menggunakan atau tidak menggunakan *payment fintech*. Kontrol perilaku berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk mengendalikan privasinya pada *payment fintech* akan mempengaruhi niat orang tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Persepsi Privasi berpengaruh terhadap niat menggunakan *payment fintech*

#### **Keamanan**

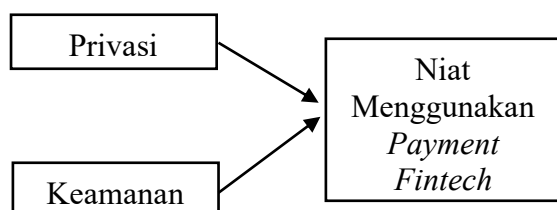
Berdasarkan (ISO/IEC 27002 Information Technology-Security Techniques-Code of practice for information security management, 2005) keamanan informasi adalah perlindungan informasi dari berbagai ancaman untuk memastikan kelangsungan bisnis, meminimalisir resiko bisnis dan memaksimalkan laba atas investasi dan peluang bisnis. Keamanan informasi dapat dicapai dengan menerapkan serangkaian kontrol yang sesuai, termasuk kebijakan, prosedur, struktur organisasi, serta fungsi perangkat lunak dan keras yang digunakan untuk memastikan tujuan spesifik dan keamanan dari perusahaan tercapai. Hal ini harus dilakukan bersamaan dengan proses manajemen bisnis yang lainnya. Keamanan merupakan serangkaian teknologi dan prosedur yang diterapkan untuk memberikan kerahasiaan, otentikasi, integritas, otorisasi, ketersediaan, dan tanpa penolakan terhadap sistem informasi m-commerce. Masalah keamanan telah mendominasi manajemen m-commerce, meskipun demikian pemanfaatan m-commerce memiliki potensi risiko bawaan (Xu, 2013). Dilihat dari sudut pandang keamanan, penggunaan aplikasi fintech



juga memiliki resiko, seperti pencurian uang dan penggunaan oleh orang yang tidak bertanggungjawab.

Pemahaman seseorang tentang keamanan sistem aplikasi fintech akan mempengaruhi niat dan perilaku pelanggan. Ketika seseorang merasa adanya kemudahan terutama dalam sisi keamanan, pengguna akan cenderung untuk terus menerus menggunakan teknologi tersebut (Rosnidah, Muna, Musyaffi, & Siregar, 2019). Karena itu perlu untuk membangun mekanisme keamanan baru untuk sistem pembayaran elektronik baru sehingga dapat melindungi transaksi pelanggan dan menghasilkan kepercayaan, sehingga meningkatkan sikap (Liébana-Cabanillas, Ramos de Luna, & Montoro-Ríos, 2017).

*Theory of Planned Behaviour* (Ajzen, 1991) digunakan dalam memahami niat seseorang dalam menggunakan aplikasi payment fintech. Sikap seseorang dalam mempersepsikan keamanan *payment fintech* akan mempengaruhi niat orang tersebut untuk menggunakannya. Norma subjektif berkaitan dengan tekanan sosial yang memandang pentingnya memahami keamanan aplikasi *payment fintech* sebelum menggunakannya, akan mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan payment fintech. Kontrol perilaku berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk mengendalikan keamanan bertransaksi dengan menggunakan *payment fintech* akan mempengaruhi niat orang tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah. H2: Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap niat menggunakan payment fintech



Gambar 2. Model Penelitian

## METODE PENELITIAN

### Sampel

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *puspositive sampling* dimana responden dipilih dengan kriteria: 1) Pernah menggunakan *payment fintech*, kriteria ini dipilih untuk memastikan responden memiliki pengalaman dalam menggunakan *payment fintech*, 2) Menggunakan lebih dari 1 *payment fintech*, kriteria ini dipilih karena jika seseorang memiliki lebih dari 1 *payment fintech* akan dapat membandingkan privasi dan keamanan masing-masing fintech dengan baik. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner, dimana kuesioner di ukur dengan skala likert 5 poin.

### Oprasionalisasi Variabel

Oprasionalisasi variabel ini bertujuan untuk mengukur masing-masing konstruk dalam model penelitian. Dalam penelitian ini, variabel independen dan variabel dependen, dimana variabel independennya terdiri dari persepsi privasi dan persepsi keamanan. Sedangkan variabel independennya adalah niat menggunakan *payment fintech* dimana *Theory of Planned Behaviour* digunakan dalam memahami hubungan antar variabel dalam penleitian ini. Persepsi privasi dalam penelitian ini diukur menggunakan menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Buchanan et al. (2007) dan Burns and Roberts (2013). Variabel persepsi keamanan menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Sommestad, Karlzén, and Hallberg (2015), sedangkan variabel niat menggunakan menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Cao, Dang, and Nguyen (2016).

### Tahapan Analisis Data

Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau memberikan informasi demografi responden penelitian serta deskripsi mengenai variabel penelitian. Statistik deskriptif dapat memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang

dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum dan minimum. Uji validitas digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner, yaitu dengan cara melihat *pearson correlation* masing-masing indikator penelitian. Uji reliabilitas digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur keandalan instrument penelitian dengan melihat nilai *Cronbach alpha*, dikatakan reliabel jika memiliki nilai > 0,6.

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas, kemudian dilakukan uji asumsi klasik yaitu dengan uji normalitas, multikolinieritas dan heterokedastisitas. Setelah melalui uji asumsi klasik, data penelitian di olah menggunakan metode regresi linear berganda untuk melihat pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependennya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar kepada 120 responden, hasil tingkat pengembalian kuesioner dapat dilihat pada tabel 1. Dimana pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 120 kuesioner yang disebar terdapat 22 kuesioner yang tidak kembali, dan terdapat 5 data responden yang tidak lengkap, sehingga total data yang lengkap dan dapat diproses menjadi 93 (78%).

**Tabel 1. Sample dan Pengembalian Kuesioner**

Keterangan	Total	Persentase
Total Kuesioner	120	100 %
Kuesioner yang tidak Kembali	22	18 %
Kuesioner yang Kembali	98	82 %
Kuesioner Tidak Lengkap	5	4 %
Kuesioner yang dapat diproses	93	78 %

Sumber : Data primer diolah (2020)

Deskripsi tentang sebaran usia responden dapat dilihat pada tabel 2, dimana responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 17 orang. Responden yang berusia 20 – 30 tahun sebanyak 68 orang, responden yang berusia 30 – 40 tahun

sebanyak 4 orang. Responden yang berusia 40-50 tahun sebanyak 3 orang, sedag responden yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 1 orang.

**Tabel 2. Sebaran Usia Responden**

Usia	Total	Persentase
Usia Kurang dari 20 tahun	17	18 %
Usia 20 – 30 tahun	68	73 %
Usia 30 – 40 tahun	4	4 %
Usia 40 – 50 tahun	3	3 %
Usia Lebih dari 50 tahun	1	2 %

Sumber: Data primer diolah (2020)

Deskripsi tentang pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel 3, dimana pekerjaan responden penelitian ini terbagi menjadi 5 jenis pekerjaan meliputi: dosen, pelajar/mahasiswa, aparatur sipil negara (ASN), karyawan swasta, lain-lain. Responden yang berprofesi sebagai dosen sebanyak 8 orang, responden yang masih berstatus pelajar/mahasiswa sebanyak 60 orang, responden yang berprofesi sebagai ASN sebanyak 4 orang, responden yang berprofesi sebagai karyawan swasta sebanyak 7 orang, sedangkan yang berprofesi selain yang disebutkan di atas sebanyak 14 orang.

**Tabel 3. Profesi Responden**

Usia	Total	Persentase
Dosen	8	9 %
Pelajar/Mahasiswa	60	65 %
Aparatur Sipil Negara (ASN)	4	4 %
Karyawan Swasta	7	7 %
Lain-lain	14	15 %

Sumber: Data primer diolah (2020)

Deskripsi tentang sebaran propinsi asal responden dapat dilihat pada tabel 4, dimana responden berasal dari daerah Bali, Jawa Barat, DKI Jakarta, Banten, Jawa Tengah, Jawa Timur, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Utara, Lampung, Maluku, Nusa Tenggara Barat, Sulawesi dan Papua.

**Tabel 4. Asal Responden**

Propinsi	Total	Persentase
Bali	1	1 %
Jawa Barat	2	2 %
DKI Jakarta	9	10 %
Banten	13	14 %
Jateng	15	16 %
Jatim	37	40 %
Kalbar	2	2 %
Kalteng	2	2 %
Kalut	2	2 %
Lampung	2	2 %
Maluku	2	2 %
NTB	3	4 %
Sulawesi	2	2 %
Papua	1	1 %

Sumber: Data primer diolah (2020)

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Pearson Correlation*. Hasilnya menunjukkan bahwa seluruh indikator pertanyaan pada masing-masing variabel privasi, keamanan, dan niat memiliki nilai sig. (2-tailed) kurang dari 0,05, yang artinya seluruh instrument penelitian telah valid. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Hasilnya menunjukkan bahwa variabel privasi, keamanan dan niat memiliki nilai lebih dari 0,6 yaitu sebesar 0,902, yang artinya seluruh instrument penelitian telah reliabel.

Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Shapiro-Wilk, hasilnya menunjukkan bahwa sig. (2-tailed) sebesar  $0,077 > \text{nilai } \alpha (0,05)$  yang artinya bahwa data penelitian berdistribusi normal. Uji multikolinearitas hubungan variabel privasi, keamanan, terhadap niat menunjukkan nilai  $VIF > 0,1$  yang artinya variabel independen dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas. Uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *rank spearman*, dimana hasilnya menunjukkan nilai sig.  $> 0,05$ , artinya tidak terjadi gejala

heterokedastisitas dalam persamaan regresinya.

**Tabel 5. Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 <sup>a</sup>	.569	.560	.779

Sumber: Data primer diolah (2020)

Tabel 5 koefisien determinasi diatas menunjukkan seberapa jauh variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *adjusted r-square* sebesar 0,56, yang artinya bahwa variabel independen (persepsi privasi dan keamanan) dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependen (niat menggunakan payment fintech) sebesar 56%, sedangkan sisanya sebesar 44% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis**

Model	Unstandardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.703	.982	.329
Privasi	.012	1.060	.292
Keamanan	.148	8.940	.000

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 6 tentang hasil uji hipotesis di atas, hipotesis pertama yaitu pengaruh variabel persepsi privasi terhadap niat menggunakan *payment fintech* di Indonesia memiliki nilai koefisien 0,012 dengan nilai signifikasinya  $0,292 > \text{nilai } \alpha 0,05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa persepsi privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan payment fintech. Pengaruh persepsi privasi terhadap niat menggunakan *payment fintech* pada penelitian ini ditinjau menggunakan *Theory of Planned Behaviour* yang berdasarkan sikap, norma subjektif, dan control perilaku. Hasil dari penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan selama ini yang menyatakan bahwa privasi berpengaruh signifikan terhadap niat. Hal ini dimungkinkan



bahwa manfaat dari *payment fintech* tersebut lebih besar dibandingkan dengan resiko privasi yang dihadapi. Dalam analisis perubahan sosial yang berhubungan dengan perilaku konsumen dalam hal ini pengguna *payment fintech*, yang menyatakan bahwa seseorang lebih cenderung menerima hilangnya privasi yang menyertai setiap pengungkapan informasi pribadi selama tingkat risiko yang dapat diterima menyertai manfaat (Culnan & Bies, 2003), selain itu layanan *payment fintech* memungkinkan pengguna yang menggunakan lembaga keuangan tertentu untuk menggunakan layanan pembayaran khusus yang independen yang tidak tergantung pada layanan pembayaran lembaga keuangan tetapi yang disesuaikan dengan kenyamanan pengguna (Kang, 2018).

Penelitian mendasar tentang faktor yang mempengaruhi mengapa seseorang mengabaikan privasi masih perlu diteliti lebih dalam lagi, khususnya bagaimana sebuah teknologi mampu menjamin privasi penggunaannya. Ada dua jenis pendekatan berbasis teknologi untuk privasi, yang pertama tipe memberi konsumen kontrol yang lebih besar atas pengungkapan informasi pribadi mereka, yang kedua membantu organisasi menepati janji privasi yang telah mereka buat (Culnan & Bies, 2003). Pengembang *payment fintech* dimungkinkan telah melakukan dua hal yang telah disebutkan di atas, sehingga persepsi privasi berpengaruh tidak signifikan terhadap niat pengguna menggunakan *payment fintech*.

Uji hipotesis kedua yaitu pengaruh variabel keamanan terhadap niat menggunakan *payment fintech* di Indonesia memiliki nilai koefisien 0,148 dengan nilai signifikansinya  $0,000 < \text{nilai } \alpha 0,05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *payment fintech*. Pengaruh persepsi keamanan terhadap niat menggunakan *payment fintech* pada penelitian ini ditinjau

menggunakan *Theory of Planned Behaviour* yang berdasarkan sikap, norma subjektif, dan control perilaku. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *m-wallets* (Kumar, Adlakha, & Mukherjee, 2018), *mobile payment system* (Liébana-Cabanillas et al., 2017), *mobile banking* (Singh & Srivastava, 2018). Melalaikan keamanan fintech memiliki potensi kerugian akibat penipuan atau peretasan yang membahayakan keamanan transaksi keuangan fintech (Ryu, 2018). Kemanan bertransaksi masih di anggap suatu hal yang utama bagi pengguna *payment fintech* di Indonesia, karena risiko yang dirasakan adalah hambatan mendasar bagi pengguna mempertimbangkan penggunaan Fintech.

## SIMPULAN DAN KETERBATASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan antara persepsi privasi terhadap niat menggunakan fintech dan pengaruh yang signifikan antara persepsi keamanan terhadap niat menggunakan fintech. Hasil ini bertolak belakang dengan hipotesis pertama, hal ini menggambarkan privasi yang dirasakan dapat diabaikan dengan adanya peningkatan manfaat yang diperoleh dari penggunaan fintech baik dari kondisi, fungsi dan sosial (Pee, 2011). Lebih lanjut, hasil ini memperkuat hipotesis kedua yang telah dibangun dalam menggambarkan persepsi yang dirasakan oleh konsumen dari segi keamanan dalam rangka menggunakan fintech payment dan sejalan dengan penelitian (Flavián & Guinalíu, 2006; Jahangir & Begum, 2008). Implikasi dari penelitian, para pengembang bisnis fintech harus mempertimbangkan tingkat manfaat yang diberikan atas penggunaan fintech untuk mengurangi pengaruh dari privasi pengguna. Selain itu, juga perlu dipertimbangkan tingkat keamanan yang ditawarkan dalam memastikan tujuan

pengguna untuk menggunakan fintech dapat tercapai.

Keterbatasan dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner yang belum merata akibat kurangnya respon konsumen. Terlihat dari total kuesioner yang disebar beberapa tidak kembali dan juga terdapat hasil kuesioner yang kurang konsisten. Sehingga peneliti perlu melakukan pengecekan ulang atas hasil kuesioner yang diperoleh, untuk melihat konsistensi atas setiap pertanyaan.

### **Daftar Pustaka**

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2015). The evolution of Fintech: A new post-crisis paradigm. *Geo. J. Int'l L.*, 47, 1271.
- Buchanan, T., Paine, C., Joinson, A. N., & Reips, U. D. (2007). Development of measures of online privacy concern and protection for use on the Internet. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(2), 157-165.
- Burns, S., & Roberts, L. (2013). Applying the theory of planned behaviour to predicting online safety behaviour. *Crime Prevention and Community Safety*, 15(1), 48-64.
- Cao, T. K., Dang, P. L., & Nguyen, H. A. (2016). Predicting consumer intention to use mobile payment services: Empirical evidence from Vietnam. *International Journal of Marketing Studies*, 8(1), 117-124.
- Culnan, M. J., & Bies, R. J. (2003). Consumer privacy: Balancing economic and justice considerations. *Journal of social issues*, 59(2), 323-342.
- Flavián, C., & Guinalíu, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy. *Industrial management & data Systems*.
- Hasan, N., Soewarno, N., & Isnalita, I. (2019). Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Proses Pembelajaran dan Prestasi Akademik Mahasiswa. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 3(1), 68-77.
- Ivan, I., Milodin, D., & Zamfiroiu, A. (2013). Security of m-commerce transactions. *Revista Theoretical and Applied Economics*, 20(7), 59-76.
- Jahangir, N., & Begum, N. (2008). The role of perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy, and customer attitude to engender customer adaptation in the context of electronic banking. *African journal of business management*, 2(2), 32.
- Kang, J. (2018). Mobile payment in Fintech environment: trends, security challenges, and services. *Human-centric Computing and Information Sciences*, 8(1), 1-16.
- Kumar, A., Adlakaha, A., & Mukherjee, K. (2018). The effect of perceived security and grievance redressal on continuance intention to use M-wallets in a developing country. *International Journal of Bank Marketing*.
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46.
- Liébana-Cabanillas, F., Ramos de Luna, I., & Montoro-Ríos, F. (2017). Intention to use new mobile payment systems: a comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 30(1), 892-910.
- Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2020). Dampak Kemudahan dan Risiko

- Sistem Pembayaran QR Code: Technology Acceptance Model (TAM) Extension. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 161-176.
- Ng-Kruelle, G., Swatman, P. A., Rebne, D. S., & Hampe, J. F. (2002). The price of convenience: Privacy and mobile commerce. *Quarterly Journal of Electronic Commerce*, 3, 273-286.
- Pee, L. G. (2011). *Attenuating perceived privacy risk of location-based mobile services*. Paper presented at the ECIS.
- Romānova, I., & Kudinska, M. (2016). Banking and Fintech: a challenge or opportunity? *Contemporary issues in finance: Current challenges from across Europe*: Emerald Group Publishing Limited
- Rosnidah, I., Johari, R. J., Sulistyowati, W. A., Siddiq, D. M., & Setiawan, A. (2018). Students' Intention in Pursuing Accounting Study: Theory of Planned Behaviour Perspective. *Advanced Science Letters*, 24(12), 9475-9478.
- Rosnidah, I., Muna, A., Musyaffi, A. M., & Siregar, N. F. (2019, March). Critical factor of mobile payment acceptance in millennial generation: Study on the UTAUT model. In *International Symposium on Social Sciences, Education, and Humanities (ISSEH 2018)*. Atlantis Press.
- Ryu, H.-S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*.
- Saragih, A. H., & Septamia, N. U. (2019). Analisis Penerimaan Pengguna E-Filing Menggunakan Model Unified Theory Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Kajian Akuntansi*, 3(1), 1-17.
- Singh, S., & Srivastava, R. (2018). Predicting the intention to use mobile banking in India. *International Journal of Bank Marketing*.
- Sinha, M., Majra, H., Hutchins, J., & Saxena, R. (2019). Mobile payments in India: the privacy factor. *International Journal of Bank Marketing*.
- Sommestad, T., Karlzén, H., & Hallberg, J. (2015). The sufficiency of the theory of planned behavior for explaining information security policy compliance. *Information & Computer Security*.
- Stewart, H., & Jürjens, J. (2018). Data security and consumer trust in FinTech innovation in Germany. *Information & Computer Security*.
- Sulistyowati, W. A., Alrajawy, I., Yulianto, A., Isaac, O., & Ameen, A. (2020). Factors Contributing to E-Government Adoption in Indonesia—An Extended of Technology Acceptance Model with Trust: A Conceptual Framework. In *Intelligent Computing and Innovation on Data Science* (pp. 651-658). Springer, Singapore.
- Susanto, A., Chang, Y., & Ha, Y. (2016). Determinants of continuance intention to use the smartphone banking services. *Industrial Management & Data Systems*.
- Udo, G. J. (2001). Privacy and security concerns as major barriers for e-commerce: a survey study. *Information Management & Computer Security*.
- Xu, H. (2013). The effect of perceived security on consumers' intent to use: Satisfaction and loyalty to M-Commerce in China. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 11(4), 37-51.