

## **ANALISA PERSEPSI PENGGUNA LAYANAN *PAYMENT GATEWAY* PADA *FINANCIAL TECHNOLOGY* DENGAN METODE *EUCS***

Dendy Kurniawan<sup>1)</sup>, Edwin Zusrony<sup>2)</sup>, Robby Andika Kusumajaya<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Magister Sistem Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Indonesia

Email: <sup>1</sup>dendy.kurnia94@gmail.com, <sup>2</sup>edwin.zusrony@gmail.com, <sup>3</sup>mr.robbyandika@gmail.com

### **Abstrak**

Perkembangan era digital semakin cepat dan dinamis, dimana menuntut semua stakeholder wajib mengikuti setiap perubahan yang ada. Pelayanan jasa *payment gateway* pada *financial technology* telah mengubah perilaku masyarakat dalam tata cara pembayaran. Persepsi masyarakat pengguna layanan *payment gateway* dapat diukur menggunakan metode *end user computing satisfaction* (EUCS). Penelitian tentang persepsi pengguna layanan *payment gateway* dilakukan pada responden dosen STEKOM Salatiga dengan menggunakan teknik *Forum Group Discussion* (FGD).

Hasil penelitian ini menunjukkan sebagian besar dari keseluruhan responden merasa sangat puas sebesar 40%, serta sebesar 40% merasa sangat tidak puas pada faktor *timeliness*. Hal ini dapat dijadikan rekomendasi bagi perusahaan penyedia jasa *payment gateway* dan pemerintah selaku pembuat regulasi.

**Kata kunci:** *payment gateway, persepsi, financial technology, FGD*

### **1. PENDAHULUAN**

Era digital berkembang pesat dalam kurun lima tahun terakhir. Hal ini terlihat semakin beragamnya aplikasi berbasis *online* sangat mudah ditemui dalam berbagai aplikasi *mobile*. Media sosial merubah semua pola pikir, gaya hidup serta perilaku masyarakat di semua aspek kehidupan sehari-hari.

Berkembangnya aplikasi online memudahkan seseorang untuk melakukan berbagai aktifitas sehari-hari hanya melalui sentuhan *gadget smartphone* yang terkoneksi jaringan *internet*. Perilaku yang paling menonjol dalam lima tahun terakhir adalah belanja *online* atau sering disebut *e-commerce*. E-commerce berkembang pesat di Indonesia didukung oleh animo masyarakat yang tinggi akan produk yang berkualitas, terjangkau, dan mudah dalam mendapatkannya.

E-commerce juga berpengaruh signifikan atas berkembangnya jasa pengiriman barang atau ekspedisi dan juga beberapa perusahaan jasa pembayaran online atau *payment gateway*. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa *payment gateway*, seperti bank, perusahaan *start up* berbasis *fintech*, *took retail modern*, dll.

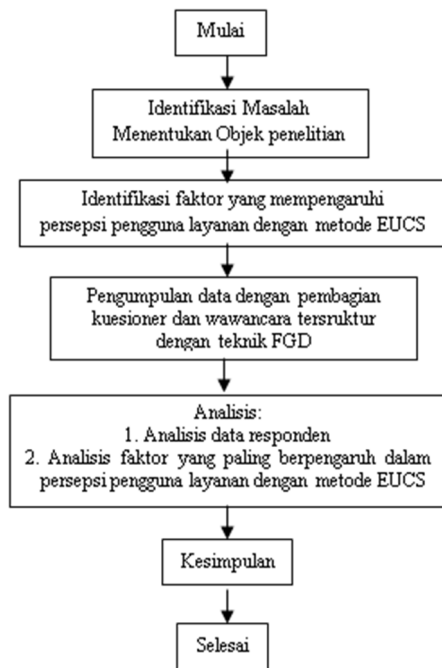
Sekolah Tinggi E-Bisnis dan Elektronika (STEKOM) merupakan salah satu kampus di wilayah Salatiga yang memiliki beberapa program studi yang mendukung *integrasi* pengembangan keilmuan berbasis teknologi komputer. STEKOM ingin menjadikan ilmu komputer menjadi pengetahuan dan keterampilan yang wajib dimiliki oleh setiap *civitas akademika*. Penelitian ini mencoba menganalisa persepsi pengguna layanan *payment gateway* menggunakan metode *end user computing satisfaction* atau EUCS, dimana dimensi pengukurannya meliputi: *information content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness*.

### **2. METODE PENELITIAN**

#### **a. Tahapan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden yang menjadi objek penelitian dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara terstruktur untuk mendapatkan data yang akurat tentang persepsi pengguna layanan *payment gateway* pada *fintech* dengan metode EUCS. Dalam melakukan tahapan dan pelaksanaan

penelitian, metodologi penelitian dijabarkan dalam bentuk diagram pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

### b. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan tahapan survey dan wawancara dengan teknik *Focus Group Discussion* (FGD). Teknik FGD dilakukan untuk mendapatkan persepsi responden terhadap suatu topik sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian (Sonata, 2017).

Teknik *Focus Group Discussion* (FGD) disarankan berjumlah antara 8 sampai dengan maksimal 12 orang dan (Wahyudi, 2014). Untuk pengukuran data yang didapat dari pengisian kuesioner digunakan skala *Likert* yaitu Sangat Puas (5), Puas (4), Netral (3), Tidak Puas (2) dan Sangat Tidak Puas (1).

### c. Populasi, Sampel dan Sampling

Penelitian ini dilakukan di kampus STEKOM cabang Salatiga, dengan populasi seluruh dosen tetap sebagai responden dan melalui proses *polling* tanya jawab. Sampel dalam penelitian ini adalah 10 orang dosen tetap dengan bertatap muka dengan teknik FGD, dimana penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Kegiatan survei responden penelitian dilakukan tanggal 14 sampai dengan 19 Mei 2018.

## 3. TINJAUAN PUSTAKA

### a. Persepsi

Menurut Leavit (Fanni Husnul, Wulandari and Maolana H., 2014) persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi adalah pandangan atau pengertian yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.

Menurut Kotler dan Keller (Tsaanii and Ardini, 2016), persepsi Dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita (Tsaanii and Ardini, 2016).

Persepsi tentang sebuah nilai untuk menarik pelanggan dan membangun pengalaman positif yang bertujuan membangun loyalitas sangat dipengaruhi oleh perilaku dari staf penjualan (Wahyudi, 2014).

### b. Payment Gateway

*Payment gateway* adalah pembayaran *online* yang fungsinya mendeskripsikan dan mengesahkan informasi pada sebuah transaksi sesuai dengan kebijakan yang telah diatur oleh para *provider* (Erikson, 2012). Dalam zaman *online* saat ini *payment gateway* sangat digemari dan menjadi terkenal, terutama oleh para pelaku *e-commerce*. *Payment gateway* sangat memberikan berbagai keuntungan dan kemudahan pelaku *e-commerce* untuk melakukan transaksi keuangan berbasis digital yang didukung oleh jaringan *internet*.

Berikut merupakan jenis-jenis cara pembayaran dalam *electronic transactions* dan *e-commerce* (Erikson, 2012), diantaranya :

- 1) *Electronic payment cards (debit or credit card)*
- 2) *E-wallets*
- 3) *Smart cards*
- 4) *Wireless payments*
- 5) *Stored-value card payments*
- 6) *Loyalty cards*
- 7) *Person-to-person payment methods*

8) *Electronic payment for special kios/agency*

**c. Financial Technology (Fintech)**

Teknologi digital membuat perubahan yang signifikan pada perilaku masyarakat pada segala aspek kehidupan sehari-hari, seperti menjamurnya perdagangan online (E-commerce), transportasi online (*daring*) dan juga *financial technology* (Imanuel, 2017).

*Financial technology* digunakan untuk menggambarkan berbagai model bisnis inovatif dan teknologi baru yang berpotensi mengubah industri jasa keuangan (Wulan, 2017). Pembayaran melalui *smartphone* atau sering disebut *m-payment* dengan bantuan *smartphone* yang berguna untuk otorisasi dan konfirmasi sebuah pertukaran nilai finansial dengan imbalan barang atau jasa (Imanuel, 2017).

*Fintech* mengacu pada integrasi keuangan dan teknologi dan berbeda dari keuangan elektronik, dimana keuangan elektronik terus mendukung secara teknis sistem keuangan yang ada saat ini. *Fintech* memiliki aset inovasi yang bisa mengganggu dan mengubah *value chain* keuangan yang sudah ada saat ini (ByeongHoon *et al.*, 2016).

Lembaga keuangan selalu menjadi *stakeholder* utama dalam bidang teknologi, dimana teknologi telah menjadi sumber daya yang penting sebagai kemampuan beradaptasi khususnya dalam hal pelayanan dan strategi bisnis (Shukla and Singh, 2014). Berdasarkan survey yang dilakukan oleh *Venture Scanner* pada tahun 2015, ada kurang lebih 1.141 perusahaan *fintech* yang tersebar di 153 negara menjalankan bisnis baru yang menghancurkan beberapa perusahaan perbankan, manajemen aset, dan perusahaan asuransi (ByeongHoon *et al.*, 2016).

**d. End User Computing Satisfaction (EUCS)**

Model untuk melakukan pengukuran kinerja pengguna sistem telah dikembangkan sejak lama oleh peneliti di bidang sistem informasi. Salah satu model yang sering digunakan adalah *End User Computing Satisfaction* atau EUCS (Fong and Michael, 2014). Model *End User Computing Satisfaction* (EUCS) adalah sikap multi dimensi terhadap berbagai aspek sistem

informasi, seperti pemahaman dan penerimaan pengguna (Wahyudi, 2014).

Menurut Doll dan Torkzadeh yang pertama kali mengembangkan metode EUCS (Dastgir and Mortezaie, 2012), ada 5 faktor yang menjadi penilaian, yaitu: *information content* (C), *accuracy* (A), *format* (F), *ease of use* (E), dan *timeliness* (T).

Dalam mengevaluasi sebuah sistem informasi sangat diperlukan penilaian dari para penggunanya berdasarkan pengalaman mereka menggunakan sistem tersebut, salah satunya menggunakan model EUCS dengan beberapa dimensi dan indikatornya (Feoh, Linawati and Wirastuti, 2015), yaitu:

- 1) C.1 Aplikasi sistem memberikan informasi yang tepat sesuai dengan yang anda butuhkan?
- 2) C.2 Apakah isi informasi yang dihasilkan sistem memenuhi kebutuhan anda ?
- 3) C.3 Apakah sistem memberikan laporan sesuai dengan yang anda butuhkan ?
- 4) C.4 Apakah sistem memberikan informasi yang cukup sesuai dengan yang anda butuhkan ?
- 5) A.1 Apakah sistem ini akurat?
- 6) A.2 Apakah anda puas dengan akurasi sistem?
- 7) F.1 Apakah menurut anda hasil disajikan dalam format yang berguna?
- 8) F.2 Apakah informasi yang dihasilkan sistem jelas?
- 9) E.1 Apakah sistem ini ramah pengguna?
- 10) E.2 Apakah sistem mudah digunakan?
- 11) T.1 Apakah anda menerima informasi yang anda butuhkan tepat waktu?
- 12) T.2 Apakah sistem menyediakan informasi terbaru ?

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Data yang diolah dari hasil survei responden dengan teknik FGD adalah sebagai berikut :

**a. Evaluasi Persepsi Faktor EUCS**

- 1) *Information Content* (C)

Tabel 1. Rekapitulasi *information content*

No	Tingkat Kepuasan	Jumlah	Presentase
1	STP	1	0%
2	TP	1	10%
3	N	1	10%
4	P	3	30%
5	SP	4	40%

Hasil rekapitulasi pada tabel 1 sebanyak 40% responden merasa sangat puas akan persepsi faktor *information content*. Sebanyak 30% puas, masing-masing 10% netral, tidak puas dan sangat tidak puas.

2) Accuracy (A)

Tabel 2. Rekapitulasi Accuracy

No	Tingkat Kepuasan	Jumlah	Presentase
1	STP	1	10%
2	TP	1	20%
3	N	1	10%
4	P	4	40%
5	SP	3	30%

Hasil rekapitulasi pada tabel 2 sebanyak 40% responden merasa puas akan persepsi faktor *accuracy*. Sebanyak 30% sangat puas, serta masing-masing 10% netral, tidak puas, dan sangat tidak puas.

3) Format (F)

Tabel 3. Rekapitulasi format

No	Tingkat Kepuasan	Jumlah	Presentase
1	STP	1	10%
2	TP	2	20%
3	N	1	10%
4	P	4	40%
5	SP	2	20%

Hasil rekapitulasi pada tabel 3 sebanyak 40% dosen STEKOM Salatiga merasa puas akan persepsi faktor *format*. Sebanyak 20% sangat tidak puas, 20% sangat puas, masing-masing 10% netral dan sangat tidak puas.

4) Ease of Use (E)

Tabel 4. Rekapitulasi end of use

No	Tingkat Kepuasan	Jumlah	Presentase
1	STP	2	20%
2	TP	2	20%
3	N	1	10%
4	P	2	20%
5	SP	3	30%

Hasil rekapitulasi pada tabel 4 sebanyak 30% responden merasa sangat puas akan persepsi faktor *ease of use*. Sebanyak 10%

netral, masing-masing 20% tidak puas, sangat puas dan sangat tidak puas.

5) Timeliness (T)

Tabel 5. Rekapitulasi timeliness

No	Tingkat Kepuasan	Jumlah	Presentase
1	STP	4	40%
2	TP	2	20%
3	N	0	0%
4	P	1	10%
5	SP	3	30%

Hasil rekapitulasi pada tabel 5 sebanyak 40% responden merasa sangat tidak puas akan persepsi faktor *timeliness*. Sebanyak 30% sangat puas dan 10% puas.

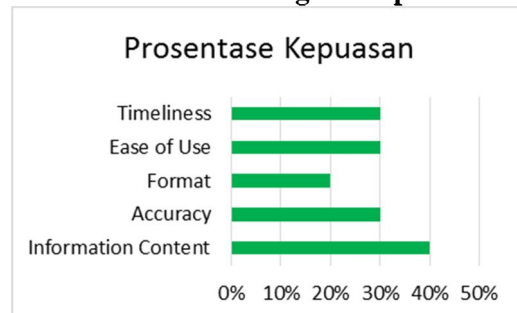
6) Layanan Payment Gateway

Tabel 6. Rekapitulasi layanan payment gateway

No	Payment Gateway	Jumlah	Presentase
1	Indomaret	4	40%
2	Alfamart	2	20%
3	Virtual Account	1	10%
4	Debit Card	2	20%
5	E-Wallets	1	10%

Hasil rekapitulasi pada tabel 6 sebanyak 40% responden pernah menggunakan layanan *payment gateway* melalui Indomaret, sedangkan sebanyak 20% melalui Alfamart dan *debit card* serta 10% melalui *virtual account* dan *E-wallets*.

2. Evaluasi Faktor Tingkat Kepuasan

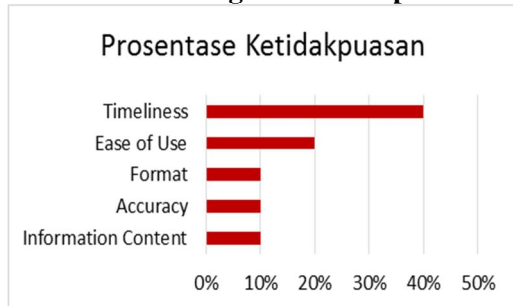


Gambar 2. Faktor Tingkat Kepuasan

Dari evaluasi persepsi faktor tingkat kepuasan tertinggi responden pada metode EUCS, dapat diketahui prosentase tertinggi ketidakpuasan ada pada faktor *information*

content sebesar 40% yang dapat dilihat pada grafik di gambar 2.

### 3. Evaluasi F. Tingkat Ketidakpuasan



Gambar 3. Fak. Tingkat Ketidakpuasan

Dari evaluasi persepsi faktor tingkat ketidakpuasan responden pada metode EUCS, dapat diketahui prosentase tertinggi ketidakpuasan ada pada faktor *timeliness* sebesar 40% yang dapat dilihat pada grafik di gambar 3.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Hasil analisis survei persepsi pengguna layanan payment gateway pada fibtech dengan responden dosen STEKOM Salatiga dengan teknik FGD menunjukkan persepsi sangat puas ada pada faktor information content sebesar 40%, sedangkan yang menyatakan sangat tidak puas menurut persepsi responden adalah faktor timeliness sebesar 40%.

### b. Saran

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat dijadikan bahan introspeksi diri bagi para pengusaha yang bergerak dibidang jasa penyediaan *payment gate way* dan pemerintah dalam hal ini OJK (otoritas jasa keuangan) selaku *regulator*.

## 5. REFERENSI

ByeongHoon, Y. *et al.* (2016) 'A study on User Behaviors for Consulting of Fintech Companies', *Indian Journal of Science and Technology*, 9(26), pp. 1–6. doi: 10.17485/ijst/2016/v9i26/97289.

Dastgir, M. and Mortezaie, A. (2012) 'Factors Affecting The End-User Computing Satisfaction', *Business Intelligence Journal*, 5(2), pp. 292–298. Available at:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=>

Erikson, D. (2012) 'Perancangan Sistem Informasi Pembayaran Online Menggunakan Payment Gateway', *JSM STMIK Mikroskil*, 13(1), pp. 63–71.

Fanni Husnul, H., Wulandari, A. and Maolana H., A. (2014) 'Efektivitas Layanan Internet Banking Berdasarkan Persepsi Konsumen (Studi Pada Nasabah PT. Bank Mandiri dan PT. Bank Negara Indonesia Tahun 2013)', in *SENTIKA*, pp. 83–88.

Feoh, G., Linawati and Wirastuti, N. M. A. E. D. (2015) 'Indeks Kepuasan Pengguna Situs Web E-Gov Di Bali Dengan Metode EUCS dan CSI', *Konferensi Nasional Sistem & Informatika*, pp. 9–10. doi: 10.13140/RG.2.1.4759.9760.

Fong, C. C. S. and Michael, W. H. H. (2014) 'Accounting Information Systems End-User Satisfaction: Evidence of Hong Kong Housing Authority', *The International Technology Management Review*, 4(1), pp. 27–41.

Imanuel, C. A. W. (2017) 'Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), pp. 133–144. doi: 10.24914/jeb.v20i1.641.

Shukla, T. and Singh, A. (2014) 'Employee Perception towards Technology in Banking Sector', *RJSM*, 4(2), pp. 85–94.

Sonata, F. (2017) 'Analisis Survei Faktor-Faktor Knowledge Sharing Dengan Teknik Focus Group Discussion (FGD) di STIKOM Medan', *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 6(1), pp. 29–40.

Tsaanii, A. A. A. and Ardini, L. (2016) 'Analisis Persepsi dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian dalam Transaksi E-commerce', *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5(6), pp. 1–15.

Wahyudi, T. (2014) 'Penerapan Knowledge Management Pada Perusahaan Web Hosting', *Bianglala Informatika*, 2(2), pp. 45–55.

Wulan, V. R. (2017) 'Financial Technology ( Fintech ) a New Transaction in Future', *Electrical Engineering and Computer Sciences*, 2(1), pp. 177–182.