

The Influence Of Convenience And Risk Perception On Interest In Using The Akulaku Online Loan Application In The Community Of Seluma South District

Pengaruh Kemudahan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pinjaman *Online* Akulaku Pada Masyarakat Kecamatan Seluma Selatan

Edo Agus Putra ¹⁾; Tito Irwanto ²⁾; Iswidana Utama Putra ³⁾
^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ edoagusputra6@gmail.com, ²⁾ titoirwanto@unived.id, ³⁾ iswie@unived.id

ARTICLE HISTORY

Received [09 Juli 2024]
Revised [15 Agustus 2024]
Accepted [19 Agustus 2024]

KEYWORDS

Convenience, Risk
Perception Interest in Using
Online Loan Applications

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Kemudahan teknologi menyebabkan seseorang menjadi tertarik untuk melakukan peminjaman secara *online* tanpa harus memikirkan permasalahan yang akan timbul akibat pinjaman *online*, selain itu persepsi resiko juga harus diperhatikan oleh masyarakat sebelum melakukan pinjaman *online*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi resiko terhadap minat penggunaan aplikasi pinjaman *online* Akulaku pada Masyarakat Kecamatan Seluma Selatan. Sampel dalam penelitian ini 60 orang masyarakat Kecamatan Seluma Selatan yang telah melakukan pinjaman *online* di aplikasi Akulaku. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi pinjaman *online* Akulaku pada masyarakat Kecamatan Seluma Selatan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji *t* menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,246 > 1,671$) dan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi pinjaman *online* Akulaku pada masyarakat Kecamatan Seluma Selatan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji *t* menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,727 > 1,671$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudahan (X_1) dan Persepsi resiko (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi pinjaman *online* (Y) konsumen pada Kecamatan Seluma Selatan, hal ini dibuktikan dengan uji *F* menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21,311 > 3,16$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000$.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of risk perception on interest in using the Akulaku online loan application in the South Seluma District community. The sample in this study was 60 people from South Seluma District who had made online loans on the Akulaku application. Data were collected using a questionnaire and the analysis methods used were multiple linear regression, determination tests and hypothesis tests. The results of the analysis show that convenience has a significant effect on interest in using the Akulaku online loan application among the people of South Seluma District, this is proven by the results of the *t* test showing the *t* count value is greater than *t* table ($3.246 > 1.671$) and a significant value of $0.002 < 0.05$ meaning H_0 rejected and H_a accepted. Risk perception has a significant influence on interest in using the Akulaku online loan application among the people of South Seluma District, this is proven by the results of the *t* test showing that the *t* value is greater than *t* table ($3.727 > 1.671$) with a significant value of $0.000 < 0.05$ meaning H_0 is rejected and H_a accepted. Convenience (X_1) and perceived risk (X_2) together have a significant effect on consumers' interest in using online loan applications (Y) in South Seluma District, this is proven by the *F* test showing the value of $F_{count} > F_{table}$ ($21.311 > 3.16$) with a significant value of 0.000 .

PENDAHULUAN

Pengaruh yang ditimbulkan oleh perkembangan teknologi informasi saat ini sangat besar bagi kehidupan manusia. Berbagai kemudahan dalam menjalankan aktivitas menjadi keuntungan yang diperoleh manusia dengan adanya teknologi informasi tersebut. Salah satunya adalah adanya kemudahan di bidang finansial melalui pinjaman *online*. Kehadiran pinjaman *online* sebagai salah satu bentuk *financial technology* (*fintech*) merupakan imbas dari kemajuan teknologi dan banyak menawarkan pinjaman dengan syarat dan ketentuan lebih mudah dan fleksibel dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional seperti bank.

Selain itu juga pinjaman *online* dianggap cocok dengan pasar di Indonesia karena meskipun masyarakat belum memiliki akses keuangan, namun penetrasi kepemilikan dan penggunaan telepon

selular sangat tinggi. Hal ini dapat terlihat pada data *Hootsuite* yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2023 menembus 202,6 juta pengguna dengan tingkat penetrasi mencapai 73,7%. Selain itu juga populasi pengguna perangkat mobile memiliki angka yang lebih tinggi lagi yang mencapai 345,3 juta pengguna, dengan tingkat penetrasi mencapai 125,6% (Riyanto, 2021:21). Dalam era perkembangan ekonomi digital, masyarakat terus mengembangkan inovasi penyediaan layanan dalam kegiatan pinjam meminjam yang salah satunya ditandai dengan adanya Layanan Jasa Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (PM-TEKFIN) yang dinilai turut berkontribusi terhadap pembangunan dan perekonomian nasional.

Teknologi informasi atau information technology (IT) telah mengubah masyarakat, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru, serta menciptakan jenis pekerjaan dan karier baru dalam pekerjaan manusia. Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi adalah salah satu produk dari Teknologi Finansial yang mempertemukan pemilik dana atau yang biasa disebut investor dengan peminjam dana atau bisa juga disebut peminjam dengan melalui sistem elektronik atau teknologi informasi. Bentuk layanan jasa pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi atau pinjaman *online* (Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi) dinilai turut berkontribusi terhadap pembangunan dan perekonomian nasional, dan secara langsung banyak diminati oleh orang-orang yang ingin menginvestasikan uangnya atau orang-orang yang membutuhkan dana cepat atau yang karena sesuatu hal tidak dapat diberikan pendanaan oleh industri jasa keuangan konvensional seperti perbankan, pasar modal, atau perusahaan pembiayaan (Yodo, 2014:98). Terdapat banyak faktor yang mendorong masyarakat tertarik untuk meminjam uang. Menurut Rochmawan dalam (Fahdita, K. & Ishartono, I. 2018:8) kebutuhan manusia banyak dan beraneka ragam, bahkan tidak hanya beraneka ragam tetapi bertambah terus tidak ada habisnya sejalan dengan perkembangan peradaban dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Satu kebutuhan telah Anda penuhi, tentu akan datang lagi kebutuhan yang lainnya. Kebutuhan adalah keinginan manusia terhadap barang dan jasa yang harus dipenuhi, dan jika tidak dipenuhi akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidupnya atau bisa menimbulkan dampak negatif. Kebutuhan dan Keinginan tersebut secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan seseorang meminjam uang. Menurut Jogiyanto (2019:934) Kemudahan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Hanya modal internet, bisa mendapatkan informasi dan segala yang diinginkan dengan mudah.

Salah satunya adalah mendapatkan pinjaman dana secara *online*. Namun dibalik kemudahan yang ditawarkan, pinjaman *online* langsung cair diketahui memiliki beberapa resiko. Salah satunya adalah tingginya bunga yang dikenakan pada pinjaman. Jika kredit tanpa agunan pada bank konvensional menerapkan bunga cicilan per bulan, pinjaman *online* umumnya menetapkan bunga secara harian. Kemudahan teknologi menyebabkan seseorang menjadi tertarik untuk melakukan peminjaman secara *online* tanpa harus memikirkan permasalahan yang akan timbul akibat pinjaman *online*. Karena adanya keterbatasan ekonomi dan kebutuhan yang mendesak maka akan mendorong seseorang untuk melakukan peminjaman *online* karena adanya kemudahan dalam pengajuan pinjaman dan pencairan yang cepat serta persyaratan yang gampang. Selain itu, terdapat resiko penipuan pada pinjaman *online* dan pembobolan akses data pada telpon selular. Debitur dapat terjebak pada tawaran pinjaman dengan bunga yang sangat besar tanpa informasi sebelumnya. Menurut Smadi (2016:99), Risiko dianggap sebagai persepsi pelanggan terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negatif untuk membeli produk atau memakai jasa.

Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang tentu akan mempertimbangkan resiko dari penggunaan tersebut. Dengan berbagai risiko yang ditakutkan oleh customer maka dengan ini pihak dari pelayanan bisa memberitahukan kepada calon customer bahwa risiko-risiko yang ada dapat diminimalisir dengan berbagai kebijakan yang dibuat terhadap sistem keamanan yang dimilikinya dan nantinya bisa menguntungkan kedua belah pihak antara penggunaan dan pihak pelayanan. Fintech atau pinjaman *online* tentunya bukanlah merupakan hal yang buruk dan menakutkan yang harus dihindari, karena tujuan fintech sebenarnya sangat baik, yaitu untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan dan menyederhanakan proses transaksi, dengan penggunaan teknologi. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti kepada masyarakat di Kecamatan Seluma Selatan, sudah banyak masyarakat yang telah menggunakan fasilitas pinjaman *online* ini. Hal ini berdasarkan fenomena yang ada di lapangan masyarakat telah banyak menginstal aplikasi pinjaman *online* di handphone mereka dan menggunakan aplikasi tersebut untuk mengajukan pinjaman *online* seperti aplikasi Adakami, Akulaku, Rupiah Cepat dan lain-lain. Bahkan masyarakat mengatakan sangat terbantu karena pernah meminjam di pinjaman *online* Akulaku dan berminat untuk melakukan pinjaman lagi suatu saat nanti jika dibutuhkan. Selain itu sistem pinjaman di pinjaman *online* Akulaku sangat mudah hanya dengan bermodal KTP dan *handphone* serta dana yang dipinjamkan mudah cair dalam dalam 2 hari bahkan

hanya 1 hari. Namun permasalahan yang ada saat ini adalah meskipun terdapat kemudahan dalam peminjaman *online* tetapi bagi masyarakat yang sudah pernah terlambat mengembalikannya pinjaman tersebut maka pinjaman selanjutnya tidak akan disetujui lagi, begitu juga dengan peminjaman ditempat lain juga tidak akan disetujui. Selain itu resiko dari pinjaman *online* sangat besar terutama bagi konsumen karena semua data pribadi konsumen akan tersebar dan bagi konsumen yang telat bayar semua koneksi yang dijadikan penanggungjawab akan dihubungi oleh perusahaan dan meminta penyelesaian pinjaman tersebut.

LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Alma (2018:9) berpendapat bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Schiffman dan Kanuk (2016:27) pemasaran merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut. Dengan demikian, pemasaran merupakan proses penyaluran sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar. Saladin (2015:14) pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga promosi dan distribusi gagasan, barang jasa dalam rangka memuaskan individu dan organisasi. Selanjutnya Hurriyati (2015:77) mengatakan bahwa pemasaran sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran mulai timbul dan lahir serta tumbuh dalam suatu masyarakat dengan suatu sistem ekonomi yang terbatas, di mana masyarakat yang ada mencukupi kebutuhannya dari hasil produksinya sendiri, yang kemudian berkembang menjadi masyarakat dengan suatu sistem ekonomi sosial, di mana terdapat pembagian kerja (*division of labour*), serta adanya industrialisasi dan urbanisasi penduduk. Perkembangan pemasaran yang timbul akibat dari proses evolusi sistem ekonomi.

Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2017: 115) Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya. Menurut Pratiwi (2022: 14) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan. Menurut Harlan (2018: 39) Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan teknologi tertentu maka akan bebas dari upaya.. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya.

Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka penggunaan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut. Menurut Iqbaria dalam Rasida dan Amalisdar (2021: 14) kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika nasabah yakin dengan teknologi yang ada dan mudah untuk digunakan maka nasabah akan menggunakannya. Sebaliknya jika dirasa sulit dipahami dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada maka nasabah tidak akan menggunakannya.

Persepsi Resiko

Menurut Pavlou dalam Rodiah dan Melati (2020:65) bahwa faktor lain yang turut berperan dalam penggunaan suatu teknologi adalah risiko. Risiko dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan atau membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Risiko merupakan persepsi pelanggan terhadap adanya ketidakpastian dan juga konsekuensi negatif membeli, menggunakan atau memakai barang dan jasa (Setiawan, Rofingatun, & Patma, 2020:98). Menurut Fadhli (2016:87) mengemukakan risiko merupakan sesuatu yang menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan atas hasil positif maupun negatif dari suatu transaksi atas situasi.

Persepsi risiko diperkenalkan oleh Bauer (2015:37) yang diartikan sebagai sesuatu yang dihadapi oleh pelanggan sadar dan tidak sadar ketika mereka membuat keputusan pembelian. Persepsi risiko

memiliki peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dari transaksi elektronik sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif pada minat konsumen dalam menggunakan produk teknologi informasi (Yogananda & Dirgantara, 2017:55). Risiko sering dipahami sebagai hal negatif terhadap suatu produk yang memungkinkan konsumen mengalami kerugian. Risiko dapat dikatakan sebagai ekspetasi atas kerugian, dimana penilaian atas kerugian dilakukan secara subjektif oleh individu, apabila semakin besar kerugian yang akan didapatkan, maka semakin besar pula risiko yang mungkin diterima (Ariani & Zulhawati, 2017:76).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa risiko merupakan anggapan negative individu yang mungkin diterima akibat membeli atau menggunakan suatu hal. Variabel ini menjelaskan tentang mereka yang merasa khawatir dan dirugikan apabila pada saat melakukan transaksi menggunakan financial technology akan terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan dalam transaksi misalkan produk yang dibeli tidak sesuai atau barang tidak dikirim serta penyalahgunaan informasi pribadi seseorang (Haqiqi, Lasiyono, & Prabowo, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Pambudi (2019) bahwa fintech hadir di Indonesia tanpa adanya persiapan yang matang oleh para pembuat kebijakan. Sehingga mengakibatkan munculnya berbagai macam risiko terhadap penggunaannya. Diantara risiko yang banyak mendapat perhatian adalah dari segi keamanan data nasabah/customer. Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang akan diterima pengguna dalam menggunakan fintech.

Minat

Menurut Jogiyanto (2019:8) minat perilaku (behavioral intention) merupakan suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, seseorang akan melakukan suatu perilaku apabila memiliki minat untuk melakukannya. Sedangkan menurut Adhitama (2017:9) minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, pendirian, harapan, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan seseorang kepada suatu pilihan tertentu. Minat juga diartikan sebagai suatu kondisi dimana seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu serta mempunyai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut (Walgito, 2015:88). Minat penggunaan teknologi informasi adalah sebagai tingkatan keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus-menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi (Ernawati & Noersanti, 2020:32) Minat beli adalah sesuatu diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Tjiptono (2016:177) minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Menurut Utami (2017:95) efek hierarki minat beli digunakan untuk menggambarkan urutan proses munculnya keyakinan (*beliefs*).

Sikap (*attitudes*) dan perilaku pengetahuan kognitif yang dimiliki konsumen dengan mengaitkan atribut, manfaat, dan obyek (dengan mengevaluasi informasi), sementara itu sikap mengacu pada perasaan atau respon efektifnya. Sikap berlaku sebagai acuan yang mempengaruhi dari lingkungannya. Berdasarkan uraian di atas maka pengertian membeli adalah pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang. Swastha dan Handoko (2018:349) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, kegagalan biasanya menghilangkan minat. Tidak ada pembelian yang terjadi jika konsumen tidak pernah menyadari kebutuhan dan keinginannya.

Pengenalan masalah (*problem recognition*) terjadi ketika konsumen melihat adanya perbedaan yang signifikan antara apa yang dia miliki dengan apa yang dia butuhkan. Berdasarkan pengenalannya akan masalah selanjutnya konsumen mencari atau mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang produk yang dia inginkan. Terdapat dua sumber informasi yang digunakan ketika menilai suatu kebutuhan fisik, yaitu persepsi individual dari tampilan fisik dan sumber informasi luar seperti persepsi konsumen lain. Selanjutnya informasi-informasi yang telah diperoleh digabungkan dengan informasi yang telah dimiliki sebelumnya. Semua input berupa informasi tersebut membawa konsumen pada tahap dimana dia mengevaluasi setiap pilihan dan mendapatkan keputusan terbaik yang memuaskan dari perspektif dia sendiri. Tahapan terakhir ada tahap dimana konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:33) mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggunakan observasi, wawancara atau angket mengenai keadaan sekarang ini, mengenai subjek yang sedang kita teliti. Melalui angket dan sebagainya kita mengumpulkan data untuk menguji hipotesis atau menjawab suatu pertanyaan. Untuk pendekatan penelitian dalam skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, seperti yang dikemukakan (Sugiyono 2018:38) bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Uji Validitas

Uji validitas adalah hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2017:76). Dalam uji validitas digunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Versi 21.0. Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson*. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel tersebut valid.
- Jika r_{hitung} tidak positif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test retest, equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2018:87). Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien *Alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien alpha di atas 0,60.

Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2018:275) regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kemudahan toko dan persepsi resiko sedangkan untuk variabel dependen adalah minat beli. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2018:192) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = minat
- X_1 = kemudahan
- X_2 = persepsi resiko
- a = Nilai konstanta
- e = erorr
- b_1 - b_2 = koefisien garis regresi

Analisa regresi berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantung secara kuantitatif. Besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas tersebut dapat diperkirakan dengan melakukan interpretasi angka koefisien regresi partial b.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Menurut Sugiyono (2018:265), adapun rumus yang digunakan untuk menentukan koefisien determinasi adalah :

$$Kd = (r)^2 \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini digunakan teknik perhitungan reliabilitas koefisien *Alpha Cronbach*, dengan alasan komputasi dengan teknik ini akan memberikan harga yang lebih kecil atau sama besar dengan reliabilitas yang sebenarnya. Nilai batas yang digunakan untuk menilai tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,60 (Ghozali, 2013:101). Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

Tabel 1 Uji Reliabilitas Indikator Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,762	Reliabel
Persepsi resiko (X2)	0,743	Reliabel
Minat penggunaan aplikasi pinjaman online (Y)	0,667	Reliabel

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.289	5.020		1.651	.104
	Kemudahan	.345	.106	.360	3.246	.002
	Persepsi risiko	.469	.126	.413	3.727	.000

a. Dependent Variable: Minat pengguna aplikasi online

Tabel 3. Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.428	.408	2.507

a. Predictors: (Constant), Persepsi risiko, Kemudahan

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.289	5.020		1.651	.104
	Kemudahan	.345	.106	.360	3.246	.002
	Persepsi risiko	.469	.126	.413	3.727	.000

a. Dependent Variable: Minat pengguna aplikasi online

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267.901	2	133.951	21.311	.000 ^b
	Residual	358.282	57	6.286		
	Total	626.183	59			

a. Dependent Variable: Minat pengguna aplikasi online

b. Predictors: (Constant), Persepsi risiko, Kemudahan

Pengaruh Kemudahan (X_1) Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pinjaman Online (Y)

Kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi pinjaman online Akulaku pada masyarakat Kecamatan Seluma Selatan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis karena nilai signifikan kecil dari 0,05. Artinya semakin meningkat kemudahan maka minat penggunaan aplikasi pinjaman online Akulaku pada masyarakat Kecamatan Seluma Selatan juga akan semakin meningkat. Dapat diartikan bahwa aplikasi pinjaman online sangat mudah dalam penggunaannya, bisa dilihat dari indikator kemudahan dalam pengoperasiannya, yang dimana para konsumen pengguna aplikasi pinjaman online dapat mengoperasikan aplikasi pinjaman online tersebut dengan mudah dan sesuai dengan kebutuhannya. Hasil penelitian sejalan dengan teori Pratiwi (2022: 14) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan. Menurut Harlan (2018: 39) Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan teknologi tertentu maka akan bebas dari upaya

Pengaruh Persepsi Resiko (X_2) Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pinjaman Online (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi risiko terhadap minat penggunaan aplikasi pinjaman online Akulaku pada masyarakat Kecamatan Seluma Selatan karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi risiko maka semakin tinggi minat penggunaan aplikasi pinjaman online Akulaku pada masyarakat Kecamatan Seluma Selatan. Dapat diartikan bahwa dalam penggunaan aplikasi pinjaman online pasti memiliki risiko yang akan ditimbulkan, salah satu hal yang terdapat dalam variabel ini yaitu adanya risiko yang ditimbulkan, dimana apabila terdapat risiko yang tinggi dalam penggunaan aplikasi pinjaman online maka akan mempengaruhi minat penggunaan aplikasi pinjaman online tersebut. Hasil penelitian mendukung teori Persepsi risiko diperkenalkan oleh Bauer (2015:37) yang diartikan sebagai sesuatu yang dihadapi oleh pelanggan sadar dan tidak sadar ketika mereka membuat keputusan pembelian. Persepsi risiko memiliki peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dari transaksi elektronik sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif pada minat konsumen dalam menggunakan produk teknologi informasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh Kemudahan dan Persepsi risiko Terhadap Minat penggunaan aplikasi pinjaman online Akulaku pada masyarakat Kecamatan Seluma Selatan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi pinjaman online Akulaku pada masyarakat Kecamatan Seluma Selatan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,246 > 1,671$) dan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi pinjaman online Akulaku pada masyarakat Kecamatan Seluma Selatan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,727 > 1,671$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Kemudahan (X_1) dan Persepsi risiko (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi pinjaman online (Y) konsumen pada Kecamatan Seluma Selatan, hal ini dibuktikan dengan uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21,311 > 3,16$) dengan nilai signifikan sebesar 0,000.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Disarankan kepada masyarakat Kecamatan Seluma Selatan untuk lebih teliti dalam memilih aplikasi pinjaman online
2. Diharapkan masyarakat Kecamatan Seluma Selatan agar lebih memahami risiko dari pinjaman online.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama. 2017. *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip, Semarang)*. Thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: ALFABETA
- Anzelin, D. P. 2020. *Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (FINTECH) Pada masyarakat Kota Banda Aceh*. Respository UIN AR-Raniry Banda Aceh
- Durianto, Darmadi, 2015, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Cetakan XX, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Fahdita, K. & Ishartono, I. 2018. *Tingkat Pendapatan Petugas K3I Universitas Padjadjaran. Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 137-145.
- Farizqi, Alfin Iman, Soleh Ahmad dan Febliansa Rahman. 2022. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Shopee Pay Later Di Bengkulu. Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen Emba 2.
- Harlan, D. 2018. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta*. Dalam Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
- Hurriyati Ratih, 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Alfabeta
- Jogiyanto. 2019. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kurniawati Ati, Soleh Ahmad dan Ferina, Zahra Indah. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelancaran Pengambilan Kredit Pada Simpan Pinjam Perempuan di Unit Pengelolaan Keuangan Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat Seluma Selatan Mandiri. Skripsi. Universitas Dehasen Bengkulu
- Maulana, Akmal. 2023. *Pengaruh Kebutuhan, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online Pada Masyarakat Desa Singkup Kecamatan Pasawahan Kabupaten Kuningan*. Bachelor thesis, IAIN Syekh Nurjati.
- Nurhayani. 2022. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pinjaman Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Serang Raya. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, Vol. 1 No. 2
- Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
- Pratiwi, R. P., Ekanova, A. P., 2022. *Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood Di Jakarta*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 18-28.