

Analisis Kepercayaan terhadap Sistem Transaksi Digital yang Dimediasi Sikap terhadap Pembayaran Transaksi Digital pada Pelaku Usaha Mikro Kecil di Kota Semarang

Susiana Heny Bandari^{1*}, Lis Widowati², Suwardi³, Fitnantyo Bimawan⁴

Tri Hartiningsih⁵

¹⁻⁵ Akademi Akuntansi Effendiharahap, Indonesia

*Penulis Korespondensi: susiana1@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of trust in digital payments, attitudes toward digital payments, and the intention to use digital payments among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Semarang City. Trust in digital payments is considered a factor that influences business owners' attitudes toward adopting digital payment technologies, which in turn affects their intention to use these technologies in business transactions. Using the Technology Acceptance Model (TAM) approach, this study explores the relationships between the three variables through regression analysis processed using SPSS 26 software. The results show that trust in digital payments positively influences users' attitudes toward digital payments, attitudes toward digital payments positively influence the intention to use digital payments, and attitudes mediate the relationship between trust and the intention to use digital payments. These findings provide valuable insights for digital payment service providers to focus on enhancing trust and positive attitudes among MSME owners toward digital payment systems, in order to encourage broader technology adoption and improve their operational efficiency.*

Keywords: *Attitudes; Digital Payments; MSMEs Semarang City; TAM; Technology Use.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap pembayaran digital, sikap terhadap pembayaran digital, dan niat menggunakan pembayaran digital pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Semarang. Kepercayaan terhadap pembayaran digital dianggap sebagai faktor yang memengaruhi sikap pelaku usaha terhadap penggunaan teknologi pembayaran digital, yang pada gilirannya mempengaruhi niat mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut dalam transaksi bisnis. Dengan menggunakan pendekatan model penerimaan teknologi (TAM), penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara ketiga variabel tersebut melalui analisis regresi yang diolah menggunakan perangkat lunak SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap pembayaran digital berpengaruh positif terhadap sikap pengguna terhadap pembayaran digital, sikap terhadap pembayaran digital berpengaruh positif terhadap niat menggunakan pembayaran digital, dan sikap tersebut dapat memediasi hubungan antara kepercayaan dan niat menggunakan pembayaran digital. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi penyedia layanan pembayaran digital untuk fokus pada peningkatan kepercayaan dan sikap positif pelaku UMKM terhadap sistem pembayaran digital, guna mendorong adopsi teknologi yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional mereka.

Kata kunci: Pembayaran Digital; Penggunaan teknologi; Sikap; TAM; UMKM Kota Semarang.

1. LATAR BELAKANG

Penggunaan teknologi pembayaran digital telah berkembang secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, menjadi sangat penting bagi untuk mengintegrasikan sistem pembayaran ini dalam transaksi penjualan mereka. Kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh pembayaran digital memberikan banyak keuntungan bagi pelaku UMKM dalam mengelola transaksi, mempercepat proses pembayaran, dan mengurangi biaya operasional. Teknologi ini memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Masih ada tantangan besar yang dihadapi berkaitan dengan kepercayaan dalam penggunaan teknologi ini oleh pelaku. Isu keamanan dan privasi data merupakan faktor kritis

yang mempengaruhi kepercayaan pengguna. Kekhawatiran tentang keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi dapat menghambat penerimaan pembayaran digital. Sangat penting bagi penyedia layanan pembayaran digital untuk mengimplementasikan standar keamanan yang tinggi dan transparansi dalam pengelolaan data untuk membangun kepercayaan dengan pengguna mereka.

Kepercayaan dalam melakukan transaksi digital menjadi sangat penting karena peranan teknologi ini dalam memfasilitasi efisiensi dan jangkauan pasar yang lebih luas. Kepercayaan ini merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pelaku untuk menggunakan teknologi pembayaran digital, yang dapat mempercepat transaksi dan memperluas jaringan pelanggan. Meskipun demikian, banyak pelaku menghadapi tantangan dalam menggunakan pembayaran digital, terutama karena kekhawatiran terkait keamanan dan privasi. Isu ini sering kali muncul akibat kurangnya pemahaman tentang cara kerja teknologi keamanan dan kurangnya sumber daya untuk mengimplementasikan sistem pengamanan yang *robust*.

Studi oleh Najib dan Fahma (2020) menggunakan *Technology Acceptance Model* yang diperluas untuk menilai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi sistem pembayaran digital oleh restoran di Indonesia. Mereka menemukan bahwa selain persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap teknologi juga sangat mempengaruhi penerimaan teknologi ini. Penelitian ini menekankan bahwa untuk meningkatkan adopsi pembayaran digital, penting bagi penyedia layanan untuk tidak hanya memastikan bahwa sistem mereka *user-friendly* dan bermanfaat, tetapi juga aman dan dapat dipercaya (Najib & Fahma, 2020).

Sangat penting bagi penyedia teknologi pembayaran digital untuk berinvestasi dalam teknologi keamanan yang canggih dan melaksanakan kebijakan privasi yang transparan untuk membangun kepercayaan dan mengurangi keraguan di kalangan pelaku. Dengan meningkatkan kepercayaan ini, pelaku akan lebih mungkin untuk mengadopsi pembayaran digital, yang pada akhirnya akan membantu mereka meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas cakupan pasar mereka. Penelitian oleh Bryant dan Colledge (2002) membahas tentang pentingnya kepercayaan dalam hubungan bisnis elektronik. Mereka menekankan bahwa dalam ekonomi digital, dimana interaksi fisik minim atau tidak ada, kepercayaan menjadi lebih krusial. Kepastian dalam transaksi dan kepercayaan pada sistem pembayaran yang digunakan dapat mempengaruhi keberhasilan transaksi secara signifikan (Bryant & Colledge, 2002).

Peningkatan kepercayaan dalam transaksi digital dapat dicapai melalui penguatan kebijakan keamanan dan privasi yang lebih baik, serta melalui pendidikan dan pelatihan kepada pemilik mengenai manfaat dan penggunaan teknologi pembayaran digital. Hal ini tidak hanya

akan membantu dalam meningkatkan kepercayaan mereka terhadap teknologi, tetapi juga memperluas adopsi dan integrasi pembayaran digital dalam operasi sehari-hari mereka.

Penelitian oleh Rabbani et al. (2023) dengan menyatakan bahwa studi mereka memberikan bukti kuat mengenai hubungan langsung antara keamanan aplikasi dengan kepercayaan pengguna. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan fitur keamanan dalam aplikasi pembayaran digital tidak hanya meningkatkan kepercayaan pengguna tetapi juga secara signifikan mempengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi dan terus menggunakan *e-wallet* untuk transaksi sehari-hari di Indonesia. Penemuan ini menggarisbawahi pentingnya integrasi teknologi keamanan canggih dan protokol perlindungan data dalam pengembangan platform pembayaran digital, agar dapat memperkuat kepercayaan konsumen serta mendorong penggunaan lebih luas di kalangan masyarakat.

Dalam Rajendran et al. (2017) membahas tentang penggunaan token digital sebagai cara untuk meningkatkan privasi dan keamanan dalam pembayaran digital. Mereka mengusulkan sebuah entitas perantara dalam sistem yang dapat membantu menjaga keamanan dan privasi transaksi, yang sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan pembayaran digital.

Sikap terhadap pembayaran digital adalah aspek penting yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi pembayaran ini. Sikap ini dapat mencakup persepsi pengguna mengenai manfaat, keamanan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan pada sistem pembayaran digital. Penelitian menunjukkan bahwa sikap positif terhadap pembayaran digital dapat mempercepat adopsi dan integrasi teknologi ini dalam kegiatan sehari-hari, terutama dalam bisnis dan transaksi komersial.

Salah satu penelitian oleh Muditomo dan Setyawati (2022) menyoroti pentingnya memahami sikap pelaku terhadap digitalisasi, khususnya pembayaran digital. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana sikap pelaku terhadap penggunaan sistem pembayaran digital seperti *QRIS (Quick Response Indonesian Standard)* dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa pelaku yang memiliki sikap positif terhadap pembayaran digital cenderung lebih cepat mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi ini dalam operasi mereka, yang pada gilirannya membantu meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar mereka. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi digital dan kepercayaan dalam pembentukan sikap positif terhadap pembayaran digital.

Niat menggunakan pembayaran digital adalah faktor kritis dalam memahami bagaimana individu dan bisnis memutuskan untuk menerapkan teknologi pembayaran ini dalam operasi sehari-hari mereka. Niat ini sering dipengaruhi oleh kombinasi dari persepsi kegunaan, persepsi

kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap teknologi, dan sikap terhadap penggunaan teknologi tersebut. Dalam model penerimaan teknologi, seperti *Technology Acceptance Model (TAM)*, niat untuk menggunakan sering dianggap sebagai prediktor langsung dari perilaku aktual penggunaan.

Penelitian ini ingin membahas bagaimana kepercayaan pengelola dalam transaksi digital yang ada di Indonesia, pada saat ini transaksi digital sudah banyak digunakan dari berbagai macam kalangan, sehingga setiap orang dapat melakukan transaksi dengan mudah. Sehingga penelitian ini akan di lakukan kepada pelaku Usaha Kecil dan Menengah yang ada di Kota Semarang dan diharapkan pada penelitian ini dapat mengukur kepercayaan pelaku dalam penggunaan transaksi digital dan pada penelitian ini menggunakan *Teori Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu model yang sering digunakan dalam penelitian tentang adopsi teknologi. Model ini, yang dikembangkan oleh (Davis, 1985), fokus pada dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi: persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Persepsi kegunaan mengacu pada tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada tingkat di mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi tersebut akan bebas dari usaha. *TAM* telah diperluas dalam berbagai penelitian untuk memasukkan faktor-faktor seperti kepercayaan dan pengaruh sosial, yang juga dapat mempengaruhi keputusan untuk menerima dan menggunakan teknologi baru.

2. KAJIAN TEORITIS

Kepercayaan terhadap Pembayaran Digital

Kepercayaan adalah elemen utama yang mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan sistem pembayaran digital. Menurut Mayer et al. (1995), kepercayaan dapat didefinisikan sebagai keyakinan bahwa pihak lain akan bertindak secara etis dan tidak merugikan pihak pertama dalam sebuah transaksi. Kepercayaan terhadap penyedia layanan pembayaran, sistem transaksi, serta perlindungan data pribadi menjadi faktor penting dalam menentukan niat seseorang untuk mengadopsi sistem tersebut. Penelitian oleh Liu et al. (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap keamanan dan integritas sistem pembayaran digital dapat mempengaruhi adopsi teknologi oleh pelaku usaha mikro kecil (UMK). Ketika pelaku UMK merasa yakin bahwa pembayaran digital aman dan dapat diandalkan, mereka lebih cenderung untuk menggunakannya. Kepercayaan juga berhubungan erat dengan persepsi

risiko; semakin rendah persepsi risiko terhadap pembayaran digital, semakin tinggi tingkat kepercayaan yang terbangun (Amin et al., 2020).

Sikap terhadap Pembayaran Digital

Sikap terhadap pembayaran digital mencerminkan evaluasi positif atau negatif yang dimiliki seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut (Davis, 1989). Sikap ini dipengaruhi oleh persepsi mengenai manfaat dan kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital. Dalam penelitian oleh Venkatesh et al. (2003), dijelaskan bahwa sikap terhadap teknologi merupakan salah satu prediktor utama dari niat untuk mengadopsinya. Jika pelaku UMK memiliki sikap yang positif terhadap pembayaran digital, mereka akan lebih mungkin untuk melanjutkan penggunaan teknologi tersebut. Sikap positif ini dapat muncul jika pelaku UMK merasa bahwa pembayaran digital memberikan keuntungan seperti efisiensi waktu, kemudahan dalam transaksi, dan pengurangan biaya operasional (Zhang & Tan, 2022). Sikap negatif dapat timbul akibat ketidakpercayaan terhadap teknologi, seperti kekhawatiran terhadap keamanan data atau ketidaknyamanan dalam penggunaan platform digital (Wang, 2020).

Niat Menggunakan Pembayaran Digital

Niat untuk menggunakan pembayaran digital adalah keputusan individu untuk berpartisipasi dalam penggunaan teknologi pembayaran tersebut di masa depan. Niat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk sikap terhadap teknologi dan tingkat kepercayaan yang dimiliki terhadap sistem tersebut (Ajzen, 1991). Penelitian oleh Zhang dan Tan (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi terhadap sistem pembayaran digital dapat memperkuat sikap positif dan meningkatkan niat untuk menggunakannya. Niat ini juga berhubungan erat dengan persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna (Davis, 1989). Untuk pelaku UMK, niat ini dapat berwujud dalam keputusan untuk menggunakan sistem pembayaran digital dalam transaksi harian, baik dengan pelanggan maupun dengan pemasok. Jika kepercayaan dan sikap positif terhadap pembayaran digital sudah terbangun, maka niat untuk mengadopsi pembayaran digital akan semakin kuat (Koh & Lim, 2022).

Pengaruh Kepercayaan terhadap Sikap Terhadap Pembayaran Digital

Kepercayaan dalam konteks pembayaran digital merupakan elemen krusial yang mencakup keyakinan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan efisiensi sistem pembayaran digital. Kepercayaan ini tidak hanya mempengaruhi niat adopsi dan penggunaan pembayaran digital oleh pengguna tetapi juga memainkan peran penting dalam kesuksesan jangka panjang teknologi tersebut. Pengguna yang percaya pada keamanan dan keandalan

system lebih cenderung menggunakan pembayaran digital secara rutin dan merekomendasikannya kepada orang lain. Hipotesis yang dikembangkan adalah: "Kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital berpengaruh positif terhadap sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi tersebut." Pendekatan ini bersandar pada teori penerimaan teknologi yang mengusulkan bahwa kepercayaan memfasilitasi sikap positif dan dapat mengurangi persepsi risiko yang sering kali menjadi penghalang dalam adopsi teknologi baru.

Penelitian sebelumnya mendukung hubungan ini Najib, (2020). menunjukkan bahwa kepuasan pengguna, yang sering kali dikaitkan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi, berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap pembayaran digital. Kepercayaan tidak hanya mempengaruhi penerimaan langsung tetapi juga membentuk bagaimana teknologi dipersepsikan dari segi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan, yang pada akhirnya mempengaruhi sikap pengguna terhadap adopsi teknologi tersebut.

H_1 = Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Sikap Terhadap Pembayaran Digital.

Pengaruh Sikap Terhadap Pembayaran Digital terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital

Sikap terhadap pembayaran digital memainkan peran penting dalam membentuk niat penggunaan pembayaran digital oleh konsumen. Berdasarkan kerangka kerja Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model, TAM*), sikap positif terhadap pembayaran digital cenderung meningkatkan niat untuk menggunakan teknologi ini dalam transaksi sehari-hari. Sikap ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang keduanya memiliki dampak langsung terhadap sikap pengguna. Ketika pengguna merasa bahwa pembayaran digital memudahkan transaksi dan menawarkan manfaat tambahan, seperti keamanan dan kecepatan transaksi, mereka cenderung memiliki sikap yang lebih positif, yang pada akhirnya meningkatkan niat mereka untuk mengadopsi teknologi ini.

Penelitian oleh Najib, (2020) menegaskan bahwa sikap positif terhadap pembayaran digital secara signifikan mempengaruhi niat berkelanjutan untuk menggunakan pembayaran tersebut. Studi ini menggunakan data empiris dari pengguna di Bangkok dan mengadopsi *Technology Acceptance Model (TAM)* yang diperluas dengan variabel seperti kepuasan pengguna dan sosial distancing, menemukan bahwa sikap berperan sebagai mediator antara persepsi kegunaan dan niat penggunaan. Ini menggarisbawahi bagaimana sikap yang positif yang diperkuat oleh kepuasan dengan pengalaman pengguna sebelumnya dapat secara efektif mendorong niat adopsi jangka panjang pembayaran digital.

H₂ = Apakah Sikap Terhadap Pembayaran Digital berpengaruh terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital

Pengaruh Kepercayaan berpengaruh terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital

Kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi adalah dua faktor utama yang membangun kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital (Gefen, 2000). Ketika individu merasa bahwa data pribadi mereka aman dan bahwa transaksi mereka terlindungi dari risiko penipuan, mereka lebih cenderung untuk menggunakan pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari (Zhou, 2013). Hal ini didukung oleh teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi terhadap keamanan dan kepercayaan dapat meningkatkan niat untuk menggunakan teknologi baru (Davis, 1989). Pengguna yang merasa yakin dengan reputasi penyedia layanan pembayaran digital akan lebih tertarik untuk memanfaatkan platform tersebut secara lebih sering. Membangun kepercayaan melalui transparansi dan keamanan yang terjamin menjadi faktor kunci dalam mendorong adopsi pembayaran digital (Yoo & Donthu, 2001).

Kepercayaan berhubungan erat dengan sikap positif yang terbentuk terhadap sistem pembayaran digital. Kepercayaan ini berfungsi sebagai dasar dalam memitigasi ketidakpastian yang seringkali muncul ketika menggunakan teknologi baru (Lu et al., 2011). Individu yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem pembayaran digital cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk terus menggunakan layanan tersebut di masa depan (Chiu et al., 2007). Penting bagi penyedia layanan untuk membangun hubungan yang kuat dengan pengguna melalui komunikasi yang jelas mengenai keamanan dan manfaat dari pembayaran digital. Semakin besar tingkat kepercayaan yang dibangun, semakin tinggi pula niat pengguna untuk beralih dari metode pembayaran tradisional ke digital. Penelitian ini menegaskan pentingnya faktor kepercayaan dalam mempercepat adopsi dan penggunaan pembayaran digital (Kim et al., 2010).

H₃ = Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital

Pengaruh Sikap Terhadap Pembayaran Digital dapat memediasi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital

Sikap terhadap pembayaran digital memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan individu terhadap niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut (Zhang & Tan, 2022). Kepercayaan menjadi faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi baru, termasuk sistem pembayaran digital (Liu, 2023). Ketika individu memiliki sikap positif

terhadap pembayaran digital, mereka cenderung merasa lebih aman dan nyaman dalam menggunakannya (Smith & Johnson, 2021). Hal ini disebabkan oleh persepsi bahwa teknologi ini dapat menawarkan kenyamanan, efisiensi, dan kepraktisan dalam transaksi sehari-hari (Choi et al., 2022). Namun, sikap negatif atau ketidakpercayaan terhadap sistem pembayaran digital dapat menjadi hambatan dalam proses adopsi tersebut (Wang, 2020). Penting untuk memahami bagaimana sikap terhadap pembayaran digital dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakannya secara lebih luas (Yuan & Zhang, 2021).

Sikap yang positif terhadap teknologi pembayaran digital berpotensi meningkatkan niat seseorang untuk menggunakannya secara rutin (Koh & Lim, 2022). Kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital dapat diperoleh melalui pengalaman langsung atau informasi yang diperoleh dari sumber yang dipercaya (Davis, 2021). Jika pengguna merasa bahwa pembayaran digital memberikan manfaat nyata dan mengurangi risiko, mereka lebih cenderung untuk melanjutkan penggunaan layanan tersebut (Liu, 2023). Dengan adanya dukungan dan edukasi yang memadai mengenai keamanan dan keuntungan pembayaran digital, masyarakat akan semakin terbuka terhadap teknologi ini (Teng, 2020). Sikap positif dan pengetahuan yang memadai akan memperkuat kepercayaan terhadap niat menggunakan pembayaran digital, yang pada akhirnya dapat meningkatkan inklusi finansial dan kemudahan bertransaksi (Choi et al., 2022). Kepercayaan ini menjadi elemen yang saling memperkuat dalam menciptakan ekosistem pembayaran digital yang lebih luas dan efektif (Zhang & Tan, 2022).

H₄ = Apakah Sikap Terhadap Pembayaran Digital dapat memediasi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital

Kerangka Pemikiran



Hipotesis:

H₁ = Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Sikap Terhadap Pembayaran Digital

H₂ = Apakah Sikap Terhadap Pembayaran Digital berpengaruh terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital

H₃ = Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital

H₄ = Apakah Sikap Terhadap Pembayaran Digital dapat memediasi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan kausal untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap pembayaran digital, sikap terhadap pembayaran digital, dan niat menggunakan pembayaran digital pada pelaku usaha mikro kecil di Kota Semarang. Desain deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden, sedangkan desain kausal digunakan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan teori-teori yang relevan.

Populasi penelitian ini adalah pelaku usaha mikro kecil yang telah menggunakan sistem pembayaran digital dalam transaksi bisnis mereka di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling*, di mana sampel dipilih berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, menghasilkan sekitar 100 responden dari pelaku UMK di Kota Semarang. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 26 untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan antar variabel menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji mediasi dengan menggunakan metode *Uji Sobel*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan hasil pengujian dan analisis yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Kepercayaan terhadap Pembayaran Digital (KPD), Sikap terhadap Pembayaran Digital (SPD) dan Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD) terhadap UKM di Kota Semarang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan data dari 100 responden yang merupakan pelaku usaha UKM yang memanfaatkan pembayaran digital untuk proses transaksinya.

Tes Validitas

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah konfigurasi tersebut bersifat satu dimensi atau apakah indikator yang digunakan dapat mengonfirmasi konfigurasi variabel tersebut. Setiap indikator harus menunjukkan faktor pemuatan yang tinggi jika merupakan

ukuran konstruk yang valid. Analisis ini akan mengkategorikan setiap indikator ke dalam beberapa faktor. Suatu pengujian dianggap valid jika nilai faktor pemuatannya melebihi 0,4 dan nilai KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) lebih besar dari 0,5 (Ghozali, 2016). Berdasarkan hasil KMO dan Matriks Komponen untuk variabel Kepercayaan terhadap Pembayaran Digital (KPD), rinciannya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel I. Uji Validitas Kepercayaan terhadap Pembayaran Digital (KPD).

No	Indicator	KMO	Component Matrix	Loading Factor	Information
1	KPD 1	.861	.828	0,4	Valid
2	KPD 2	.861	.778	0,4	Valid
3	KPD 3	.861	.746	0,4	Valid
4	KPD 4	.861	.831	0,4	Valid
5	KPD 5	.861	.805	0,4	Valid
6	KPD 6	.861	.723	0,4	Valid
7	KPD 7	.861	.746	0,4	Valid
8	KPD 8	.861	.730	0,4	Valid

Sumber: Data diolah, (2025).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) memiliki KMO sebesar $0,861 > 0,5$ yang berarti kecukupan sampel terpenuhi dan karena Matriks Komponen $> 0,4$ maka semua instrumen Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) dapat dinyatakan valid, sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Berdasarkan hasil KMO dan Matriks Komponen pada Variabel Sikap terhadap Pembayaran Digital (SPD) ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 2. Uji Validitas Sikap terhadap Pembayaran Digital (SPD).

No	Indicator	KMO	Component Matrix	Loading Factor	Information
1	SPD 1	.865	.638	0,4	Valid
2	SPD 2	.865	.815	0,4	Valid
3	SPD 3	.865	.773	0,4	Valid
4	SPD 4	.865	.700	0,4	Valid
5	SPD 5	.865	.831	0,4	Valid
6	SPD 6	.865	.780	0,4	Valid
7	SPD 7	.865	.795	0,4	Valid
8	SPD 8	.865	.856	0,4	Valid

Sumber: Data diolah, (2025).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel Sikap terhadap Pembayaran Digital (SPD) memiliki KMO sebesar $0,865 > 0,5$ yang berarti kecukupan sampel terpenuhi dan karena Matriks Komponen $> 0,4$ maka semua instrumen Sikap terhadap Pembayaran Digital (SPD) dapat dinyatakan valid, sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Berdasarkan hasil KMO dan Matriks Komponen pada variabel Niat Penggunaan Alat Pembayaran Digital (NMPD) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Uji Validitas Niat Penggunaan Alat Pembayaran Digital (NMPD).

No	Indicator	KMO	Component Matrix	Loading Factor	Information
1	NMPD 1	.837	.919	0,4	Valid
2	NMPD 2	.837	.930	0,4	Valid
3	NMPD 3	.837	.885	0,4	Valid
4	NMPD 4	.837	.908	0,4	Valid

Sumber: Data diolah, (2025).

Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel yang diteliti. Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan layak dan reliabel untuk pengumpulan data. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan tetap konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas menggunakan SPSS dilakukan melalui uji statistik cronbach's alpha (α). Panduan pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai cronbach's alpha lebih dari 0,70, variabel tersebut dikatakan reliabel.
2. Apabila nilai cronbach's alpha kurang dari 0,70, variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.
3. Berikut adalah hasil cronbach's alpha untuk variabel Kepercayaan terhadap Pembayaran Digital (KPD), Sikap terhadap Pembayaran Digital (SPD) dan Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD) sebagai berikut ini.

Tabel 4. Uji Reabilitas.

Varibel	Cronbach Alpha	Alpha	Information
Kepercayaan terhadap Pembayaran Digital (KPD)	0.904	0,70	Reliabel
Sikap terhadap Pembayaran Digital (SPD)	0.902	0,70	Reliabel
Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD)	0.929	0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah, (2025).

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD), Sikap Terhadap Pembayaran Digital (SPD) dan Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD) menunjukkan hasil perhitungan untuk masing-masing variabel dengan nilai lebih besar dari 0,70 sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini dapat membuktikan bahwa pertanyaan penelitian dalam kuesioner memiliki hasil yang serupa pada waktu yang berbeda dan data yang dihasilkan akurat sehingga layak untuk digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Uji Hipotesis

Tabel 5. T-Test Results.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.752	.589		1.277	.205
MEAN KPD	.432	.202	.352	2.138	.035
MEAN SPD	.442	.219	.332	2.028	.044
MEAN NMPD	.440	.205	.340	2.087	.048

Sumber: Data Diolah (2025).

Hipotesis 1: Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) Berpengaruh Positif terhadap Sikap Terhadap Pembayaran Digital (SPD). Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien beta sebesar 0,352 dan signifikansi sebesar 0,035 yang berarti lebih kecil dari 0,050. Hal ini berarti Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) berpengaruh terhadap Sikap Terhadap Pembayaran Digital (SPD) sehingga “Hipotesis Diterima”.

Hipotesis 2: Sikap Terhadap Pembayaran Digital (SPD) Berpengaruh Positif terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD). Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien beta sebesar 0,332 dan signifikansi sebesar 0,044 yang berarti lebih kecil dari 0,050. Hal ini berarti Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (SPD) berpengaruh terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD) sehingga “Hipotesis Diterima”.

Hipotesis 3: Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) Berpengaruh Positif terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD). Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien beta sebesar 0,340 dan signifikansi sebesar 0,048 yang berarti lebih kecil dari 0,050. Hal ini berarti Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (SPD) berpengaruh terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD) sehingga “Hipotesis Diterima”.

Uji Pengaruh Mediasi

Uji Sobel dilakukan untuk mengetahui hubungan melalui variabel mediasi yang secara signifikan berperan sebagai perantara dalam hubungan tersebut. Dari data yang ada, hasil pengujian pengaruh variabel mediasi dapat dijelaskan pada tabel hasil Uji Sobel seperti di bawah ini:

Tabel 6. Mediation Test Results with Sobel Test.

	Value	s.e.	LL 95 CI	UL 95 CI	Z	Sig(two)
Effect	.3890	.0559	.2088	.4271	5.6917	.0000

Sumber: Data diolah, (2025).

Berdasarkan hasil Uji Sobel, pengaruh Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD) yang dimediasi oleh Sikap Terhadap Pembayaran Digital (SPD). diperoleh nilai data sebesar 0,3890 dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000 dibawah 0,05 atau 5%. Artinya variabel Sikap Terhadap Pembayaran Digital (SPD) mampu memediasi variabel Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hipotesis 1, yang menyatakan bahwa Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) berpengaruh positif terhadap Sikap Terhadap Pembayaran Digital (SPD), terbukti valid dengan nilai koefisien beta sebesar 0,352 dan signifikansi 0,035 yang lebih kecil dari 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital, semakin positif pula sikap seseorang terhadap penggunaannya. Hipotesis 2, yang menguji pengaruh Sikap Terhadap Pembayaran Digital (SPD) terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD), juga diterima dengan nilai koefisien beta sebesar 0,332 dan signifikansi 0,044, yang juga lebih kecil dari 0,050. Ini mengindikasikan bahwa sikap positif terhadap pembayaran digital memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan niat individu untuk menggunakannya.

Hipotesis 3 yang menguji hubungan langsung antara Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) dan Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD) juga diterima, dengan nilai koefisien beta sebesar 0,340 dan signifikansi sebesar 0,048, yang berada di bawah 0,050. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital memang berperan penting dalam mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakannya. Terakhir, Hipotesis 4 yang menguji peran mediasi Sikap Terhadap Pembayaran Digital (SPD) dalam hubungan

antara Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) dan Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD) juga mendapat dukungan, dengan nilai data sebesar 0,3890 dan signifikansi 0,0000 yang jauh lebih kecil dari 0,050. Hasil ini menunjukkan bahwa Sikap Terhadap Pembayaran Digital (SPD) secara signifikan memediasi pengaruh Kepercayaan Terhadap Pembayaran Digital (KPD) terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital (NMPD). Secara keseluruhan, hasil-hasil ini memberikan gambaran bahwa kepercayaan dan sikap positif terhadap sistem pembayaran digital merupakan faktor penting yang mempengaruhi niat untuk mengadopsi teknologi tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amin, H., Ahmad, S. N., & Sulaiman, M. (2020). The role of perceived risk and trust in influencing customers' adoption of mobile payment services. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 178–193. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0165>
- Bryant, M., & Colledge, R. (2002). The role of trust in online business relationships. *Journal of Electronic Commerce Research*, 3(4), 143–155.
- Choi, Y., Lee, H., & Lee, S. (2022). Exploring factors influencing the use of digital payment services: A multi-theoretical approach. *Journal of Business Research*, 137, 91–103. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.021>
- Davis, F. D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results* (Doctoral dissertation). MIT Sloan School of Management.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Gefen, D. (2000). E-commerce: The role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), 725–737. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(00\)00021-9](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(00)00021-9)
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Liu, Y., Zhang, M., & Wang, X. (2023). The impact of trust on the adoption of mobile payment services among small and medium enterprises (SMEs). *International Journal of Information Management*, 63, 102436. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102436>
- Lu, J., Yang, S., Chau, P. Y. K., & Cao, Y. (2011). Dynamics between the trust transfer process and online consumer's behavior. *Information & Management*, 48(8), 391–398. <https://doi.org/10.1016/j.im.2011.09.006>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>

- Muditomo, A., & Setyawati, E. (2022). The influence of attitude and trust on the adoption of digital payment systems: Evidence from SMEs in Indonesia. *International Journal of Digital Economics and Business*, 5(2), 117–132.
- Najib, I., & Fahma, M. (2020). The effect of trust and perceived usefulness on the adoption of digital payment services: Evidence from restaurants in Indonesia. *International Journal of Hospitality Management*, 86, 102400. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102400>
- Rabbani, M., Hasan, M. T., & Sadiq, S. (2023). The role of security features in digital payment applications and their impact on user trust and adoption: Evidence from Indonesia. *Journal of Consumer Behaviour*, 42(1), 48–61. <https://doi.org/10.1002/cb.1851>
- Rajendran, C., Ahmed, N., & Gupta, N. (2017). Enhancing digital payment security with tokenization: A conceptual framework. *Computers & Security*, 67, 224–235. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2017.03.002>
- Smith, L. L., & Johnson, R. (2021). Trust in mobile payment applications and its impact on consumer adoption: A study in the context of South Korea. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102345. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102345>
- Teng, C. C. (2020). The role of digital payment education in enhancing consumer trust. *Journal of Digital Marketing*, 8(3), 76–89.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wang, X. (2020). Perceived security and privacy concerns in digital payment adoption: An empirical study. *Information & Management*, 57(4), 103302. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103302>
- Yuan, X., & Zhang, Y. (2021). The impact of user experience on the adoption of digital payment services: The role of trust and security perceptions. *Electronic Commerce Research and Applications*, 47, 101046. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2021.101046>
- Zhang, T., & Tan, Z. (2022). Digital payment adoption and its impact on SMEs' financial inclusion: Evidence from China. *International Journal of Financial Studies*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.3390/ijfs10010001>
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of users' adoption of mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 29(7), 2495–2501.