

BUILDING SOCIETY'S TRUST ON DIGITAL ECONOMY AS A BUSINESS INFORMATION INVESTMENT

Dinda Inggit Garnasih¹, Ade Parlaungan Nasution², Pristiyono³

^{1,2,&3}Universitas Labuhanbatu

Email: paktio16@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of perceptions of digital information and perceived ease of use of digital services and their impact on the level of trust of coastal communities in Labuhanbatu District. The population in the study was the number of coastal communities in Labuhanbatu Regency who came from 4 subdistricts, namely Bilah Hilir Subdistrict, Panai Hulu Subdistrict, Panai Tengah Subdistrict, and Panai Hilir Subdistrict, totaling 183,250 people so that in determining the sample in this study using the Slovin formula, 101 respondents were obtained. The sampling technique uses simple random sampling and the data collection technique uses primary data (in the form of a questionnaire) using Google form. The data analysis technique that will be used in this study is multiple linear regression analysis. The results of the study show that descriptively the profile of respondents is dominated by male sex, aged 36-45 years and work as a student/student of 28.0%, the variable perception of digital information has no significant effect on the level of trust, the variable perceived ease of influence has an effect on the level of trust and the variable perception of digital information and perceived benefits simultaneously have a significant effect on the level of trust.

Keywords: *Perceptions of Digital Information; Perceived Benefits; Level of Trust*

MEMBANGUN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TENTANG EKONOMI DIGITAL SEBAGAI INVESTASI INFORMASI BISNIS

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi informasi digital dan persepsi kemudahan penggunaan layanan digital dan dampaknya pada tingkat kepercayaan masyarakat pesisir di Kabupaten Labuhanbatu. Populasi dalam penelitian adalah jumlah masyarakat pesisir Kabupaten Labuhanbatu yang berasal dari 4 Kecamatan yakni Kecamatan Bilah Hilir, Kecamatan Panai Hulu, Kecamatan Panai Tengah dan Kecamatan Panai Hilir berjumlah 183.250 orang, sehingga dalam penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin diperoleh 101 responden. Teknik pengambilan sampling menggunakan *simple random sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan data primer (berupa kuesioner) menggunakan *google form*. Teknis analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara deskriptif profil responden didominasi berjenis kelamin laki-laki, dengan usia 36-45 tahun dan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 28,0%, variabel persepsi informasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan, variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dan variabel persepsi informasi digital dan persepsi manfaat secara serempak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan.

Kata Kunci: Persepsi Informasi Digital; Persepsi Manfaat; Tingkat Kepercayaan

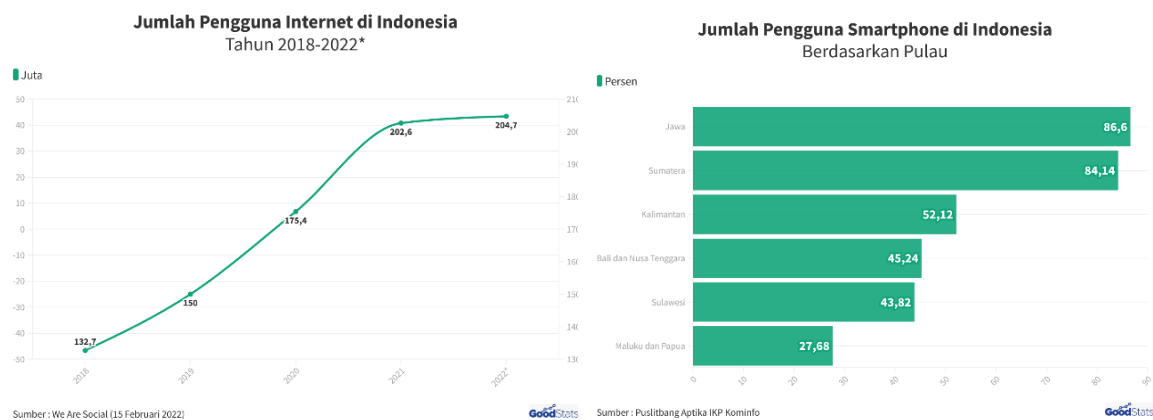
PENDAHULUAN

Kabupaten Labuhanbatu merupakan salah satu daerah hasil pemekaran dari Kabupaten Labuhanbatu Raya pada tahun 2008 menjadi tiga Kabupaten yakni Kabupaten Labuhanbatu, Kabupaten Labuhanbatu Utara dan Kabupaten Labuhanbatu Selatan (Nasution dan Pristiyo, 2019). Setelah pemekaran Kabupaten Labuhanbatu tersebut memiliki 9 kecamatan yang terdiri 4 kecamatan berada di daerah pesisir dan 5 Kecamatan lainnya berada di perkotaan. Keunggulan yang dimiliki oleh Kabupaten Labuhanbatu sendiri yaitu satu-satunya Kabupaten yang memiliki 4 kecamatan berada dekat dengan laut atau daerah pesisir yang memberikan peluang besar bagi siapapun yang dapat memahami situasi ini.

Menurut (Ari Atu Dewi, 2018) daerah pesisir memiliki sumber daya alam berpotensi nilai ekonomis yang tinggi. Menariknya daerah pesisir untuk pengembangan investasi dinyatakan oleh (Ai et al., 2022) bahwa zona pesisir memainkan peran penting dalam menjaga keseimbangan ekosistem dan mempromosikan pengembangan masyarakat manusia dan ekonomi. Peranan daerah pesisir Kabupaten Labuhanbatu hubungannya dengan investasi informasi bisnis berkaitan dengan peluang penyebaran penggunaan ekonomi digital di tingkat masyarakat pesisir. Hal ini didukung pernyataan Kominfo (Adhi004, 2022) tingginya potensi ekonomi digital tak lepas dari meningkatnya jumlah pengguna internet terutama daerah pesisir.

Suatu daerah dapat dikatakan maju apabila lingkungan dimana masyarakat tinggal mulai terbuka atau melek terhadap perkembangan teknologi. Menurut (Wahyudi, 2014) bahwa kemajuan teknologi saat ini tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan bermasyarakat, artinya berbagai informasi yang terjadi di belahan dunia kini telah dapat langsung diketahui berkat kemajuan teknologi (Abdillah, et, al, 2022). Diantara kemajuan kemajuan teknologi tersebut yang memberikan pengaruh kepada kehidupan manusia secara berkaitan dengan ekonomi digital (Adha et al., 2020). Perkembangan ekonomi digital di Indonesia tidak terlepas peran revolusi industry 4.0 yang merubah model, pola kompetisi, pola kebiasaan, pola sistem termasuk sistem ekonomi dan pola bisnis serta aktivitas sosial masyarakat (P. Pristiyo, 2021).

Dalam menguatkan fenomena penelitian, peneliti menampilkan data pengguna internet dan smartphone di Indonesia tahun 2022 sebagai gambaran nyata bahwa pengguna internet yang bertambah mencerminkan masyarakat Indonesia sudah melek terhadap teknologi informasi dan komunikasi termasuk berbagai aplikasi yang mendukung kebutuhan masyarakat, adapun data pengguna internet dan smartphone Indonesia dapat dilihat melalui Gambar 1.



Sumber: (Adisty, 2022)

Gambar 1. Pengguna Internet dan Smartphone di Indonesia, 2022

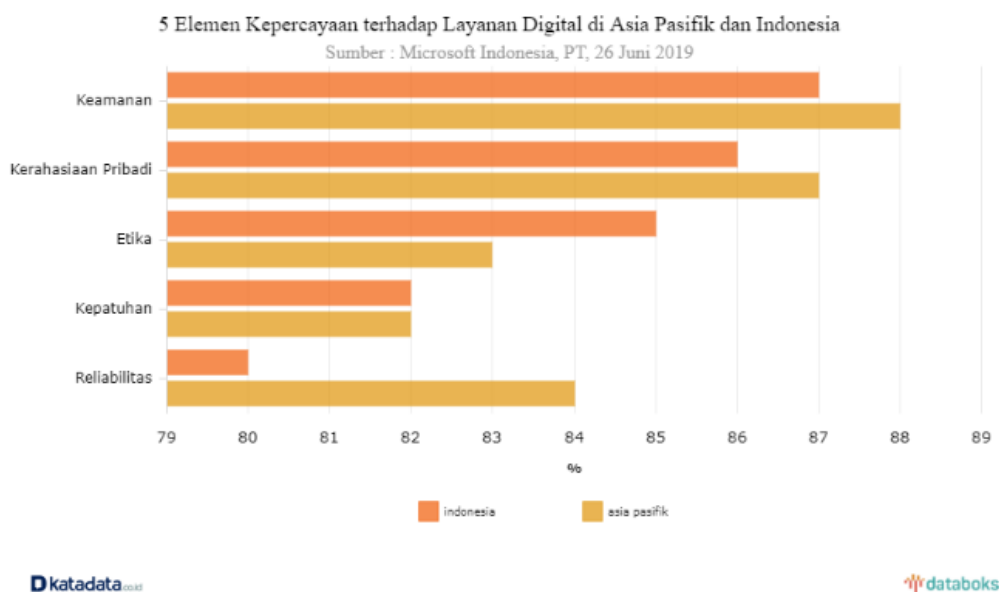
Adanya peningkatan pengguna internet pada tahun 2022 mencapai angka 204.700 juta jiwa di Indonesia menandakan adanya keterbukaan akses internet dalam kehidupan masyarakat, hal ini didukung dengan pengguna smartphone di Indonesia berdasarkan pulau Sumatera berada di urutan kedua tertinggi pengguna smartphone mencapai angka 84,14 persen. Melalui data pengguna internet dan smartphone di Indonesia tahun 2022 tersebut menggambarkan secara khususnya Kabupaten Labuhanbatu yang termasuk dalam propinsi Sumatera Utara bahwa penyebaran internet dan smartphone dalam ekspansi digitalisasi memberikan peluang besar sebagai investasi bisnis dalam serapan pengembangan ekonomi digital yang berada di daerah-daerah.

Berbagai fenomena yang dihadapi masyarakat pesisir di Kabupaten Labuhanbatu propinsi Sumatera Utara dalam percepatan ekonomi digital dari literatur-literatur yang mendukung penelitian ini menurut studi (Hadiyat, 2014) terdapat tiga hal yang menyebabkan kesenjangan digital di Kabupaten Wakatobi yaitu infrastruktur, kondisi sosial ekonomi dan kurangnya peran pemerintah dan swasta. Selanjutnya menurut (Coyle, 2007) permasalahan kesenjangan digital antara lain jangkauan pemerataan, konektivitas, tarif tinggi, *quality of service* dan regulasi dan keterbatasan Sumber Daya Manusia. Melalui literatur-literatur tersebut menjadi pertimbangan peneliti bahwa

Membangun Kepercayaan Masyarakat tentang Ekonomi Digital sebagai Investasi Informasi Bisnis (Dinda Inggit Garnasih, Ade Parlaungan Nasution, dan Pristiyo)

kendala pemerataan ekonomi digital di daerah bergantung pada faktor-faktor tersebut.

Dalam mendukung permasalahan pada penelitian sebuah hasil riset riset Microsoft dan *International Data Corporation* (IDC) menemukan pada tahun 2019 di Asia Pasifik dan Indonesia masih terdapat masyarakat belum maksimal dengan penggunaan layanan digital, dapat dilihat dari Gambar 2 di bawah ini.



Sumber: (Jayani, 2022)

Gambar 2. Indonesia Ekonomi Digital Tertinggi di Asia Tenggara

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa masih terdapat masyarakat di Asia Pasifik dan Indonesia sebesar 46% yang masih ragu dan tidak percaya terhadap layanan digital, hal ini memberikan pemahaman kepada peneliti masyarakat pesisir di Kabupaten Labuhanbatu memiliki permasalahan yang sama sehingga hal inilah yang menjadi faktor penghambat investasi informasi bisnis mengenai ekonomi digital dan digitalisasi lainnya. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini antara lain untuk mengetahui pengaruh persepsi informasi digital dan persepsi kemudahan penggunaan layanan digital dan dampaknya pada tingkat kepercayaan masyarakat pesisir di Kabupaten Labuhanbatu.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi Informasi Digital

Dalam ungkapan sehari-hari banyak yang mengungkapkan bahwa informasi adalah segala yang kita komunikasikan seperti lewat bahasa, lisan, surat kabar, video dan lainnya (Ermawelis, 2018). Digital selanjutnya dikaitkan dengan teknologi sehingga menjadi digitalisasi yang berarti bentuk perubahan dari teknologi mekanik dan elektronik analog ke teknologi digital (Syafnidawati, 2020). Maka definisi informasi digital mengacu pada teori (Daryono, 2006) bahwa literasi digital atau informasi digital adalah sebuah usaha untuk mendapatkan informasi/kompetensi guna memecahkan sebuah masalah.

Persepsi Kemudahan

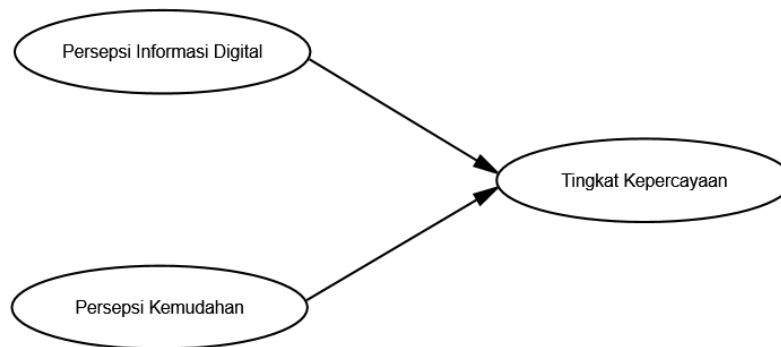
Dalam dunia teknologi mengandung kemudahan, termasuk persepsi konsumen mengenai kemudahan pembayaran yang diartikan sebagai sejauhmana seseorang merasakan kemudahan dalam menggunakannya (Rohmah et al., 2019). Disamping itu menurut (Meileny & Wijaksana, 2020) persepsi kemudahan diartikan sebagai keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan.

Tingkat Kepercayaan

Kepercayaan dianggap sebagai nilai yang didasarkan pada potensi penggunaan teknologi untuk meningkatkan berbagi informasi (Rianto et al., 2015). Sementara itu, kepercayaan dianggap dapat meminimalkan resiko yang dirasakan sehingga meningkatkan komitmen konsumen terhadap penyedia layanan (Agyei et al., 2020); (Pristiyono, Juliana & Prayoga, 2022). Memandang kepercayaan sebagai pikiran, perasaan, emosi atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia jasa dapat diandalkan untuk bertindak dalam kepentingan terbaiknya (Leninkumar, 2017). Di sisi lain, kepercayaan dipersepsikan sebagai pendorong yang mempengaruhi loyalitas (Hayati, 2011).

Kerangka Berpikir

Model penelitian yang diusulkan dapat dilihat melalui Gambar 3.



Sumber: Data diolah, 2022

Gambar 3. Model Kerangka Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini berdasarkan kerangka pikir antara lain:

H₁: Variabel persepsi informasi digital berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan.

H₂: Variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan.

H₃: Variabel persepsi informasi digital dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian adalah jumlah masyarakat pesisir Kabupaten Labuhanbatu yang berasal dari 4 Kecamatan yakni Kecamatan Bilah Hilir, Kecamatan Panai Hulu, Kecamatan Panai Tengah dan Kecamatan Panai Hilir berjumlah 183.250 orang, sehingga dalam penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk memperoleh sampel minimum yang dapat mewakili masing-masing dari tiap Kecamatan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana:

N= Ukuran populasi

n= Ukuran sampel

e² = derajat toleransi ketidakteelitian (0,10)

Adapun perhitungan menggunakan rumus Slovin antara lain:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{183.520}{1 + 183.520 \cdot (0,10)^2} \\
 n &= \frac{183.520}{1 + 1,835.2} \\
 n &= \frac{183.520}{1 + 1,835.2} \\
 n &= \frac{183.520}{1,8362} \\
 n &= 101
 \end{aligned}$$

Setelah melakukan perhitungan nilai sampel minimum dengan rumus Slovin maka diperoleh 101 responden yang tersebar di empat Kecamatan yang dijadikan objek penelitian. Maka, proporsi sampel yang menyebar di tiap Kecamatan, maka didapatkan sampel dari masing-masing Kecamatan sebagai berikut:

Tabel 1. Sebaran Sampel Tiap Kecamatan

No.	Kecamatan daerah pesisir (Kabupaten Labuhanbatu)	Populasi per Kecamatan	Sampel
1.	Bilah Hilir	60.094	$\frac{60.094}{183.520} \times 101 = 33$
2.	Panai Hulu	38.359	$\frac{38.359}{183.520} \times 101 = 21$
3.	Panai Tengah	41.767	$\frac{41.767}{183.520} \times 101 = 23$
4.	Panai Hilir	43.300	$\frac{43.300}{183.520} \times 101 = 24$
	Total	183.520	101

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari data tabel 1 di atas diketahui masing-masing jumlah sampel berdasarkan Kecamatan Bilah Hilir sebanyak 33 orang, Kecamatan Panai Hulu sebanyak 21 orang, Kecamatan Panai Tengah sebanyak 23 orang dan Kecamatan Panai Hilir sebanyak 24 orang. Jumlah keseluruhan dari semua Kecamatan yang menjadi objek berjumlah 101 orang. Teknik pengambilan sampling menggunakan *simple random sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan data primer (berupa kuesioner) menggunakan *google form* yang disebarluaskan secara online serta menggunakan data sekunder yang diperlukan seperti wawancara, studi literatur dan instansi terkait. Teknik skala yang digunakan skala likert dengan pernyataan jawaban mulai dari Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2) dan Sangat Tidak Setuju (1). Teknik pengambilan sampling menggunakan *simple random sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan data primer (berupa kuesioner) menggunakan *google form* yang disebarluaskan secara online serta menggunakan data sekunder yang diperlukan seperti wawancara, studi literatur dan instansi terkait. Teknik skala yang digunakan skala likert dengan pernyataan jawaban mulai dari Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2) dan Sangat Tidak Setuju (1). Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan sebaran angket kuesioner secara online seharusnya jumlah yang merespon dan mengisi angket sebanyak 100 responden dan 1 responden yang kurang sempurna dalam mengisi sehingga di eliminasi dalam pengolahan data penelitian.

Tabel 2. Profil Responden

No.	Profil Responden	Keterangan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Gender	Laki-laki	58	57,5
		Perempuan	43	42,6
		Jumlah	101	
2	Usia	17-22 tahun	20	19,8
		23-27 tahun	24	23,8
		28-35 tahun	23	22,8
		36-45 tahun	28	27,8
		di atas 45 tahun	6	5,9
	Jumlah	101		
3	Pekerjaan	Karyawan Swasta	23	22,8
		Lainnya	7	6,9
		Pelajar/Mahasiswa	28	27,8
		Pengusaha	21	20,8
		PNS	22	21,8
	Jumlah	101		
4	Sebaran Kecamatan	Bilah Hilir	33	32,7
		Panai Hilir	21	20,8
		Panai Hulu	23	22,8
		Panai Tengah	24	23,8
	Jumlah	101		

Sumber: Output Regresi, 2022

Berdasarkan Tabel 2, deskripsi Profil Responden bila diamati berdasarkan jenis kelamin didominasi laki-laki dibandingkan perempuan, bila diamati berdasarkan usia cukup relatif merata sebesar 20 persen, bila diamati berdasarkan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa. Terakhir, sebaran sampel berdasarkan kecamatan responden paling dominan berasal dari Kecamatan Bilah Hilir sebanyak 27 orang atau sebesar 32,7 persen.

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk menganalisis statistik yaitu model analisis regresi berganda. Dari hasil perhitungan diperoleh hasil analisis regresi berganda seperti yang terlihat di Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	12.568	2.113	
1 Persepsi Informasi Digital	-.542	.137	-.552
Persepsi Kemudahan	1.013	.226	.629

a. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan

Sumber: Output Regresi, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka persamaan garis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 12.568 - 0,542X_1 + 1,013 X_2$$

Oleh karena itu, dapat diuraikan penjelasan dari persamaan di atas antara lain: (1) Koefisien regresi variabel persepsi informasi digital (b_1) sebesar -0,542 dan tingkat signifikansi pada 0,05 bertanda negatif. Hal ini menunjukkan apabila informasi digital semakin meningkat maka tingkat kepercayaan akan semakin meningkat. (2) Koefisien regresi variabel persepsi kemudahan (b_2) sebesar 1,013 dan tingkat signifikansi pada 0,05 bertanda negatif. Hal ini menunjukkan persepsi kemudahan semakin meningkat maka tingkat kepercayaan akan semakin meningkat.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independent secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, maka hasil output uji t antara lain:

Tabel 4. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.568	2.113		5.947	.000
1 Persepsi Informasi Digital	-.542	.137	-.552	-3.940	.000
Persepsi Kemudahan	1.013	.226	.629	4.490	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan

Sumber: Output Regresi, 2022

Berdasarkan Tabel 4. pada kolom T-hitung dari hasil pengolahan data bahwa dari hasil uji hipotesis nilai T-hitung berada di atas nilai tabel (1,660) dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yang selanjutnya digunakan untuk membuktikan hasil pengujian hipotesis pada bagian pembahasan. Dari hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa nilai thitung variabel persepsi informasi digital sebesar -3,940 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat diperbandingkan bahwa variabel informasi digital memiliki nilai thitung $-3.940 < 1,660$ dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dapat dinyatakan model hipotesis ditolak. Dari hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa nilai thitung variabel persepsi kemudahan sebesar 4,490 dengan signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diperbandingkan bahwa variabel informasi digital memiliki nilai thitung $4,490 > 1,660$ dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dapat dinyatakan model hipotesis diterima.

Hasil Uji F (Serempak)

Setelah melakukan perbandingan hipotesis secara parsial, selanjutnya pengujian hipotesis dilakukan secara serempak (uji f). Hasil output uji serempak antara lain:

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	658.243	2	329.121	10.439	.000 ^b
Residual	3058.267	97	31.529		
Total	3716.510	99			

a. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Informasi Digital

Sumber: Output Regresi, 2022

Diketahui bahwa hasil uji F model penelitian diperoleh sebesar 10,439 dengan nilai signifikansi 0,000.

Dari penelitian ini nilai f tabel sebesar 3,09. Apabila dilakukan perbandingan bahwa nilai f hitung (10.439) > 3,09 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat dipastikan bahwa variabel persepsi informasi digital dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh kuat terhadap tingkat kepercayaan dalam menggunakan ekonomi digital.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis akan dilakukan pembahasan secara rinci.

H₁: Variabel persepsi informasi digital berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t -statistik sebesar -3,940 lebih kecil dari 1,660 dan memiliki taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis ini pada penelitian ini dapat diterima. Hipotesis ini diterima dan dinyatakan berpengaruh negatif dan signifikan maka hasil penelitian ini sejalan dengan (Putri, 2016) bahwa kualitas informasi dan persepsi privasi berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna e-commerce. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa meski memiliki nilai t -statistik bertanda minus tetapi secara signifikan tetap berpengaruh, hal ini berarti sebagian responden menilai persepsi informasi digital awalnya akan memberikan kesulitan bagi siapapun yang akan menggunakannya, setelah melalui proses pada akhirnya masyarakat akan tetap dituntut menggunakan pembayaran menjadi kebutuhan alternatif dalam pembayaran, sebagaimana menurut (Salsabila & Gandajaya, 2020) metode pembayaran digital memungkinkan seseorang untuk melakukan pembayaran dari satu orang ke orang lain hanya melalui sebuah jaringan internet tanpa adanya interaksi langsung, artinya ini model pembayaran baru yang pada akhirnya dimasa kini dan mendatang menjadi pilihan utama dalam pembayaran. Ia menambahkan praktek pembayaran digital juga berlaku bisnis ritel, jasa, manufaktur dan sebagainya, dimana para pengguna menilai informasi informasi digital sebagai hal positif karena berperan dan memberikan manfaat dan kemudahan.

H₂: Variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t -statistik sebesar 4,490 lebih besar dari 1,660 dan memiliki taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis ini pada penelitian ini dapat diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Putri, 2016) variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepercayaan, ia menambahkan bahwa tingkat kemanfaatan berkaitan dengan performance dan produktivitas seseorang dalam menggunakan ekonomi digital atau pembayaran digital. Persepsi manfaat juga berkaitan erat dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen dari pembayaran digital sebagai perwujudan ekonomi digital. Menurut penelitian (Nugroho, 2013) bahwa integritas bisnis online dianggap sebagai bisnis yang dapat dipercaya, artinya sama halnya dengan ekonomi digital atau pembayaran digital yang bekerja berdasarkan jaringan yang tersistemik dengan internet mengandung kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi sehingga memberikan persepsi manfaat dan konsumen yang merasakan manfaat akan meningkatkan kepercayaan penggunaannya.

H₃: Variabel persepsi informasi digital dan persepsi kemudahan secara serempak berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur f -statistik sebesar 10,439 lebih besar dari 3,09 dan memiliki taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis ini pada penelitian ini dapat diterima. Apabila hasil pengujian menunjukkan ada pengaruh yang kuat secara serempak, maka variabel persepsi informasi digital dan persepsi manfaat mampu meningkatkan kepercayaan. Jadi, kedua variabel pada penelitian ini adalah variabel yang tepat dalam membuktikan pengaruhnya ke variabel dependen (tingkat kepercayaan). Sebagaimana hasil penelitian (Roggemann et al., 2020) internet membuka peluang ekonomi dan akses kelayanan penting bagi populasi didunia, melalui layanan digital sebagai upaya menjembatani kesenjangan pengguna online sehingga akan mempengaruhi tingkat kepercayaan. Terakhir, penelitian yang mendukung hasil penelitian ini adalah (Sung & Kim, 2016) persepsi positif dari kehadiran internet signifikan terhadap kepercayaan dunia maya, artinya persepsi informasi digital dan persepsi manfaat merupakan hal yang patut diperhatikan dalam implementasi digitalisasi produk dan jasa.

PENUTUP

Pada tahap ini akan disampaikan kesimpulan penelitian antara lain secara deskriptif profil responden didominasi berjenis kelamin laki-laki, dengan usia 36-45 tahun dan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 28,0%, variabel persepsi informasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan, variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dan variabel persepsi informasi digital dan persepsi manfaat secara serempak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan. Dari analisis dan pembahasan serta kesimpulan dari penelitian ini diperoleh beberapa hal yang sifatnya membangun untuk pengembangan penelitian, maka saran dalam penelitian ini sebaiknya bagi peneliti lain pengembangan penelitian dilakukan dengan menggunakan variabel yang berkaitan dengan teori UTAUT sehingga nantinya diperoleh perbedaan hasil penelitian yang dapat dirujuk dan teknik sampling dan analisis data seharusnya lebih mengarah ke SmartPLS atau SEM sehingga model penelitian akan lebih baik sesuai kebutuhan penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

Abdillah, Muhammad Dzaki, Pristiyono, P., & Halim, A. (2022). *Analysis of the Drivers of the Need for a Digital Wallet Post-COVID in Labuhanbatu Regency*. 3(3).

- Adha, L. H., Asyhadie, Z., & Kusuma, R. (2020). Indonesia Industrial Digitalization and Its Impact on Labor and. *Jurnal Kompilasi Hukum*, *V*(2), 32.
- Adhi004. (2022). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*.
- Adisty, N. (2022). *Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia - GoodStats*.
- Agyei, J., Sun, S., Abrokwah, E., Penney, E. K., & Ofori-Boafo, R. (2020). Influence of Trust on Customer Engagement: Empirical Evidence From the Insurance Industry in Ghana. *SAGE Open*, *10*(1). <https://doi.org/10.1177/2158244019899104>
- Ai, B., Tian, Y., Wang, P., Gan, Y., Luo, F., & Shi, Q. (2022). Vulnerability Analysis of Coastal Zone Based on InVEST Model in Jiaozhou Bay, China. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(11). <https://doi.org/10.3390/su14116913>
- Ari Atu Dewi, A. A. I. (2018). Model Pengelolaan Wilayah Pesisir Berbasis Masyarakat: Community Based Development. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, *18*(2), 163. <https://doi.org/10.30641/dejure.2018.v18.163-182>
- Coyle, K. (2007). Digital Divide. *Journal of Academic Librarianship*, *33*(6), 708–709. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2007.09.005>
- Daryono. (2006). Literasi Informasi Digital : Sebuah Tantangan Bagi Pustakawan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, *1999*(December), 1–6.
- Ermawelis, E. (2018). Teknologi Informasi untuk Perpustakaan, Pusat Dokumentasi dan Informasi. *AL MUNIR : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *1*, 11–18. <https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i1.5>
- Hadiyat, Y. D. (2014). Kesenjangan Digital di Indonesia (Studi Kasus di Kabupaten Wakatobi). *Pekommas*, *17*(2), 81–90.
- Hayati, N. (2011). The effect of customer satisfaction , customer trust on customer loyalty of the card users of PT. Indosat tbk. *The 1rd International Conference on INformation System for Business Competitiveness(ICISBC), Yazid 2006*, 91–100.
- Hendro Setyo Wahyudi, M. P. S. (2014). Artikel Teknologi dan Kehidupan Masyarakat Hendro Setyo Wahyudi, Mita Puspita Sukmasari 1. *Jurnal Analisa Sosiologi*, *3* (1), 12. <https://media.neliti.com/media/publications/227634-teknologi-dan-kehidupan-masyarakat-7686df94.pdf>
- Jayani, D. H. (2022). *46% Konsumen Indonesia Tak Percaya Layanan Digital*.
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *7*(4), 450–465. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i4/2821>
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, *4*(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Nugroho, M. B. (2013). Customers' Perception on the Trustworthiness of Electronic Commerce: A Qualitative Study. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.
- Pristiyono, Juliana, Y., & Prayoga. (2022). MEASURING CUSTOMER TRUST THROUGH DIGITAL. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JEBIK)*, *11*(2), 214–229.
- Pristiyono, N. dan. (2019). ANTISIPASI KETAHANAN EKONOMI KELUARGA DI KABUPATEN LABUHANBATU SELATAN. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, *6*(1), 90–97.
- Pristiyono, P. (2021). *Kekhawatiran Masyarakat Mengenai Pembayaran Digital Sebagai Pembayaran Uang Non Tunai*. *3*(March), 6.
- Putri, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Risiko, Persepsi Keamanan, Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna E-Commerce. *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*.
- Rianto, Nugroho, L. E., & Santosa, P. I. (2015). Computational Intelligence and Efficiency in Engineering Systems. *Studies in Computational Intelligence*, *595*(June 2021), 217–225. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-15720-7>
- Roggemann, K., Nurko, G., & Tyers-Chowdhury, A. (2020). *User Perceptions of Trust and Privacy on the Internet*. October. www.jennifergeib.com
- Rohmah, Y. M., Tristiarini, N., Ekonomi, F., Nuswantoro, U. D., Ekonomi, F., & Nuswantoro, U. D. (2019). *Jurnal Akuntansi dan Pajak Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid- 19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang*. *22*(5), 1–11.
- Salsabila, S. K., & Gandajaya, L. (2020). Studi Persepsi Konsumen Mengenai Mode Pembayaran Digital. *Journal of Accounting and Business Studies*, *5*(1), 1–15. <https://tirto.id>
- Sung, W., & Kim, D. (2016). Effects of internet users' perception regarding the risks and benefits of the internet on cyberspace trust. *International Journal of Security and Its Applications*, *10*(7), 71–82. <https://doi.org/10.14257/ijasia.2016.10.7.07>
- Syafnidawati. (2020). *Digital - UNIVERSITAS RAHARJA*. <https://raharja.ac.id/2020/05/14/digital/>