



Publisher

The Graduate Program of Universitas Galuh
Master of Management Studies Program

©2021



DIGITAL LITERACY DAN PERCEIVE EASE OF USE PENGARUHNYA TERHADAP PENGGUNAAN ONLINE TRADING MAHASISWA PERBANKAN ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS SILIWANGI

Wursan¹, Tine Badriatin², Asep Saepudin³

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi, Tasikmalaya
email : ¹ wur.prayogo@gmail.com, ² tinebadriatin@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Langlangbuana, Bandung
email : asep.saepudin@unla.ac.id

Article History :

Received 23 Juni 2021

Received in revised form

24 July 2021

Accepted 27 July 2021

Available offline 20 December 2021

Available online 20 December 2021

Language Transcript :
Indonesia

Keywords :

Digital literacy;

Perceive ease of use;

Online Trading

Abstract - Kemajuan pengetahuan dan teknologi merubah semua tatanan kehidupan, termasuk dalam hal pemasaran barang dan jasa. sejak adanya teknologi digital, maka konsumen tidak harus beranjak dari tempat duduknya hanya untuk mencari atau menemukan barang. Cukup dengan menggunakan HP semua yang diinginkan dapat terwujud. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan Online Trading menjadi salah satu pilihan bagi produsen dan konsumen untuk memasarkan barangnya. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Digital literacy terhadap penggunaan Online Trading pada Mahasiswa Prodi Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian diketahui bahwa Digital literacy cenderung meningkat dan begitu juga penggunaan Online Trading Tasikmalaya cenderung meningkat. Dengan demikian maka Digital literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Online Trading pada Mahasiswa Prodi Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Artinya jika Digital literacy meningkat, maka penggunaan Online Trading juga mengalami peningkatan. Perceive ease of use cenderung meningkat dan begitu juga penggunaan Online Trading cenderung meningkat. Dengan demikian maka Perceive ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Online Trading pada Mahasiswa Prodi Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

1. PENDAHULUAN

Keberadaan teknologi menjadi salah satu pemicu terjadinya perubahan pada semua aspek kehidupan. Semakin cepatnya perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis semakin kompetitif. Ada kekurangan dan kelebihan dengan adanya perkembangan teknologi tersebut, tergantung pada bagaimana individu tersebut menyikapinya.

Teknologi adalah suatu hal yang sulit dipisahkan dari kehidupan manusia. Saat ini, televisi, radio, telepon genggam (HP), dan berbagai perangkat elektronik tidak hanya masuk pada masyarakat perkotaan, namun juga pada masyarakat pedesaan. Berbagai informasi, baik informasi yang bersifat positif atau negatif dapat dengan mudah diakses dan mempengaruhi gaya hidup serta pola pikir masyarakat. Salah satu dampak

dari kemajuan teknologi adalah internet. Internet seakan menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian besar masyarakat, baik untuk sarana bisnis, komunikasi, maupun hiburan. Salah satu bagian dari kemajuan teknologi yang sangat banyak digunakan saat ini adalah media sosial.

Media sosial merupakan sebuah sarana komunikasi yang memungkinkan seseorang berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, video, dan audio kepada individu lainnya yang terhubung melalui internet (Kotler & Keller, 2012). Menurut (Puntoadi, 2011), terdapat beberapa macam jejaring sosial yang ramai digunakan saat ini, yaitu *Facebook*, *Whatsapp*, *Youtube*, *Twitter*, dan *Instagram*. Setiap media sosial memiliki perbedaan dan fitur yang khas, contohnya seperti *Whatsapp* yang menonjolkan fitur *chat* dan *audio call* maupun *video call*, *Youtube* yang berfokus pada konten berbentuk video, serta *Instagram* yang menonjolkan pada fitur edit dan *sharing* foto.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan *We Are Social and Hootsuite via The Next Web* (2020), 160 juta orang (59%) pengguna internet di Indonesia mengakses media sosial. Survei tersebut juga mengklaim *Youtube* sebagai media sosial yang paling banyak digunakan saat ini dengan persentase sebesar 88%, disusul *Whatsapp* sebesar 84%, *Facebook* sebesar 82%, dan *Instagram* sebesar 79%.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh sebuah portal data dan statistik dunia yaitu *Statista* (Clement, 2020), jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia saat ini mengalami peningkatan pesat yakni mencapai 78 juta orang dan berada pada peringkat empat kategori jumlah pengguna *Instagram* terbanyak di dunia. Peringkat satu kategori tersebut di klaim oleh Amerika Serikat dengan jumlah pengguna *Instagram* sebesar 140 juta orang. Jumlah penggunaan media sosial tersebut mencerminkan banyaknya pengguna media sosial di

Indonesia saat ini. Dibalik berbagai kemudahan dan manfaat penggunaan internet, tingkat penggunaan internet yang tinggi sayangnya turut memiliki dampak negatif terhadap interaksi dalam bermedia sosial.

Online trading merupakan salah satu dampak dari adanya perkembangan teknologi tersebut. Di Indonesia, *online trading* merupakan trend yang cukup baru dan belum banyak broker yang menyediakan jasa *online trading*, seperti *Relimobile nya PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk, E-trading, PT Philips Sekuritas Indonesia, BNI Sekuritas*, dan sebagainya. *Online trading* memang memiliki banyak keunggulan dibandingkan cara konvensional melalui telepon, namun investor memerlukan pengetahuan lebih banyak dibandingkan menyerahkan segala transaksi kepada broker konvensional. Oleh karena itu, untuk dapat bertransaksi secara mandiri diperlukan pengetahuan mendasar dan sederhana agar dapat berinvestasi dengan menguntungkan di pasar modal.

Berdasarkan studi penelitian diketahui bahwa mahasiswa Prodi Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi masih sedikit yang menggunakan pemasaran online dalam meningkatkan kapasitas perusahaan atau usaha yang dirintisnya. Salah satu faktor penyebabnya adalah *literacy digital* dan *Perceive ease of use*

Literasi merupakan prasyarat bagi seseorang untuk berpartisipasi penuh dalam beragam sistem yang mengatur kehidupan personal dan kolektif manusia (Kellner, 2001). Masyarakat harus mampu memahami dan memanfaatkan adanya teknologi digital seoptimal mungkin sehingga lebih banyak dampak positif yang timbul bukan dampak negatif. literasi digital merupakan sebuah kesadaran, sikap, dan kemampuan individu untuk menggunakan alat dan fasilitas digital secara tepat untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis, dan menyin

tesiskan sumber daya digital, membangun pengetahuan baru, menciptakan ekspresi media, dan berkomunikasi dengan orang lain di konteks kehidupan tertentu, untuk memungkinkan tindakan sosial yang konstruktif dan merenungkan prosesnya

Sementara itu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah: “*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of physical and mental efforts*” (Davis, 1989): 320). Hal tersebut dapat diartikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu dapat mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Kemudahan (*ease*) bermakna tanpa kesulitan atau tidak perlu usaha keras. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) ini merujuk pada keyakinan pengguna bahwa sistem teknologi yang digunakan tidak membutuhkan usaha yang besar saat digunakan

2. METODOLOGI

Metode penelitian ini adalah prosedur atau cara yang digunakan untuk mengetahui dan mempelajari fakta-fakta baru sebagai jawaban dari masalah yang dipertanyakan, agar pelaksanaan penelitian dapat menghasilkan produk yang berdaya guna dan tepat guna. Maka penulis merasa perlu untuk menentukan terlebih dahulu metode penelitian yang tepat untuk digunakan sebagai strategi untuk mengumpulkan data yang obyektif, valid dan reliabel.

Penelitian ini didesain sebagai suatu studi kasus yang bersifat asosiatif, analitis, korelasional, karena penelitian ini hanya memberikan gambaran tentang pengaruh *Digital literacy* (X_1) dan *Perceive ease of use* (X_2) terhadap penggunaan *Online Trading* (Y).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pembuktian hipotesis diperoleh data sebagaimana dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Rekapilulasi Hasil Perhitungan Korelasi Dan Determinasi X_1 dan X_2 Terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799a	.638	.631	3.82638

Predictors: (Constant), Digital literacy. Perceive ease of use.

Tabel 2. ANOVA^b.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.
1 Regression	2502.797	3	1251.339	85.471	0.00
Residual	1420.193	96	14.641		
Total	3922.990	99			

Predictors: (Constant), Digital literacy. Perceive ease of use.

Tabel 3. Nilai-Nilai Kofisien X_1 dan X_2 terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.889	3.224		2.447	.016
<i>Digital literacy</i>					
<i>Perceive ease of use</i>	.515	.081	.574	6.383	.000
	.303	.099	.276	3.062	.003

Dependent Variable: penggunaan *Online Trading*

$$\hat{Y} = 7.889 + 0.515 X_1 + 0.303 X_2$$

Nilai konstanta sebesar 7.889 dengan demikian nilai murni variabel penggunaan *Online Trading* tanpa dipengaruhi oleh variabel *Digital literacy*.

Perceive ease of use sebesar 7.889, sedangkan nilai regresi (β) sebesar $0.515X_1$ dan $0.303X_2$, pada signifikansi 0.000. Probabilitas hasil $\rho = 0.000 < \alpha = 0.05$, dengan demikian ada kontribusi positif yang dihasilkan oleh variabel penggunaan *Online Trading*, Artinya bila variabel *Digital literacy*. dan *Perceive ease of use* naik, maka akan diikuti peningkatan penggunaan *Online Trading*.

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi di ketahui bahwa korelasi antara *Digital literacy*. dan *Perceive ease of use* dengan penggunaan *Online Trading* sebesar 0.799, atau dalam kategori kuat artinya terdapat hubungan yang kuat antara *Digital literacy*. dan *Perceive ease of use* dengan penggunaan *Online Trading*.

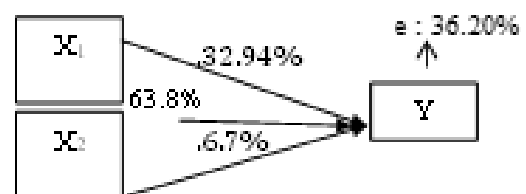
Berdasarkan hasil perhitungan determinasi diketahui bahwa pengaruh *Digital literacy* dan *Perceive ease of use* terhadap penggunaan *Online Trading* sebesar 63.8%. termasuk ke dalam kategori cukup kuat. artinya jika *Digital literacy* dan *Perceive ease of use* meningkat akan diikuti oleh peningkatan penggunaan *Online Trading* sebesar 63.8%. sedangkan sisanya sebesar 36.2% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti. Hasil uji F diketahui bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $85.471 > 3.21$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *Digital literacy*. dan *Perceive ease of use* terhadap penggunaan *Online Trading*.

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa hubungan antara *Digital literacy* dengan penggunaan *Online Trading* sebesar 0.574, atau dalam kategori cukup kuat. Artinya terdapat hubungan yang cukup kuat dari *Digital literacy* dengan penggunaan *Online Trading*. Hasil perhitungan determinasi diketahui bahwa pengaruh *Digital literacy* terhadap penggunaan *Online Trading* sebesar $0.574^2 \times 100$ atau 32.94%. termasuk ke dalam kategori cukup kuat. Artinya jika *Digital literacy* meningkat

akan diikuti oleh penggunaan *Online Trading* sebesar 32.945%. sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti. Hasil uji t diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6.383 > 1.66023$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *Digital literacy* terhadap penggunaan *Online Trading*.

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa hubungan antara *Perceive ease of use* dengan penggunaan *Online Trading* sebesar 0.276, atau dalam kategori cukup lemah. Artinya terdapat hubungan yang relatif lemah dari *Perceive ease of use* dengan penggunaan *Online Trading*. Hasil perhitungan determinasi diketahui bahwa pengaruh *Perceive ease of use* terhadap penggunaan *Online Trading* sebesar 0.276^2 atau 7.6%. termasuk ke dalam kategori relatif lemah. Artinya jika *perceive ease of use* meningkat akan diikuti oleh penggunaan *Online Trading* sebesar 7.6%. sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti. Hasil uji t diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.062 > 1.66023$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *perceive ease of use* terhadap penggunaan *Online Trading*.

Lebih jelasnya mengenai hasil pengolahan data tersebut, tampak sebagaimana dalam bagan berikut.



Gambar 1. Hasil Penelitian

3.1 Pengaruh *Digital literacy* terhadap Penggunaan *Online Trading*

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *digital literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *online trading*. Artinya jika *Digital literacy* meningkat, maka penggunaan *online trading* juga mengalami peningkatan.

Digital literacy is the ability to understand and use information in multiple formats from a wide variety of sources when it is presented via computers". Menurut Gilster literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format yang berasal dari berbagai sumber digital yang ditampilkan melalui komputer. Bawden (2008: 29-30) mengemukakan sebuah pemahaman baru mengenai literasi digital yang dikembangkan berdasarkan pada konsep literasi komputer dan literasi informasi. Dalam konsep barunya tersebut, Bawden membangun konseptualisasi literasi digital yang terdiri dari empat komponen utama yaitu kemampuan dasar literasi digital (*underpinning*), latar belakang pengetahuan informasi (*background knowledge*), kompetensi utama literasi digital (*central competencies*), serta sikap dan perspektif informasi (*attitudes and perspective*).

3.2 Pengaruh *Perceive ease of use* terhadap penggunaan *Online Trading*

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *Perceive ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Trading*. Artinya jika *Perceive ease of use* meningkat, maka penggunaan *Online Trading* juga mengalami peningkatan.

Jogiyanto (2008) mengemukakan, definisi persepsi kemudahan sebagai sejauh mana individu yakin dengan menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Jika individu menganggap media informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika individu menganggap media informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Menurut Davis definisi persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah: "*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of physical and mental efforts*" (Davis, 1989): 320). Hal

tersebut dapat diartikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu dapat mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Kemudahan (*ease*) bermakna tanpa kesulitan atau tidak perlu usaha keras. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) ini merujuk pada keyakinan pengguna bahwa sistem teknologi yang digunakan tidak membutuhkan usaha yang besar saat digunakan.

3.3 Pengaruh *Digital literacy* dan *Perceive ease of use* terhadap penggunaan *Online Trading*

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *Digital literacy* dan *Perceive ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Trading*. Artinya jika *digital literacy* dan *perceive ease of use* meningkat, maka penggunaan *online trading* juga mengalami peningkatan.

Online Trading adalah suatu sistem perdagangan secara Online yakni lewat perangkat teknologi internet, dimana dengan sistem ini investor tidak perlu lagi datang atau repot menelepon kantor pialang "broker", karena cukup dengan akses internet yang sekarang bisa dengan mudah kalian dapat, kalian bisa duduk dirumah sambil menikmati hidangan kopi dan bermain dengan keluarga, nongkrong diwarnet atau kafe-kafe yang memiliki layanan Internet Hotspot dan lain-lain.

Model transaksi Online sangat disukai oleh trader kecil dan investor menengah karena dengan sistem Trading Online memberikan suasana benar-benar real live, karena kecepatan akses transaksinya memberi suasana bagi para trader dan investor ada pada lantai bursa.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. *Digital literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Trading*. Artinya jika *Digital literacy* meningkat, maka penggunaan *Online Trading* juga mengalami peningkatan.
 2. *Perceive ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Trading*. Artinya jika *Perceive ease of use* meningkat, maka penggunaan *Online Trading* juga mengalami peningkatan.
 3. *Digital literacy* dan *Perceive ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Trading*. Artinya jika *Digital literacy* dan *Perceive ease of use* meningkat, maka penggunaan *Online Trading* juga mengalami peningkatan.
- Kellner, (2001). *Marketing Management 14th Edition*. United States of America: Pearson.
- Kurniasih et al., (2017). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muham madiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51-66.
- Puntoadi (2011). Social media as a vector for youth violence: A review of the literature” *Journal Computers in Human Behavior*.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Achmad. (2007). Literasi informasi ketrampilan penting di eraglobal. Makalah Disampaikan Pada Seminar Perpustakaan Sekolah: Literasi Informasi Dan Aplikasi Library Software Di Perpustakaan Universitas Kristen Petra, Surabaya
- Bambang, D. Atmoko. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Belshaw, D. A. (2012). *What is' digital literacy'?: a pragmatic investigation* (Doctoral dissertation, Durham University). <http://etheses.dur.ac.uk/3446/>
- Buckingham, D. (2010). Defining digital literacy. In *Medienbildung in neuen Kulturräumen* (pp. 59-71). VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Buckingham, D. (2010). Defining digital literacy. In *Medienbildung in neuen Kulturräumen* (pp. 59-71). VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Brian Wright (2015). *Top 10 Benefits of Digital Literacy: Why You Should Care About Technology*,
- Clement, J. (2020, October 29). *Countries With The Most Instagram Users in 2020*. Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>
- Davis. (1989). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama