

ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION LEVELS ON INTENTION IN USING E- MONEY

by Nuruni Ika Kusuma W

Submission date: 13-Jan-2021 11:14AM (UTC+0700)

Submission ID: 1486691281

File name: 4.10.ANALYSIS_OF_CONSUMER_PERCEPTION_LEVELS.pdf (403.1K)

Word count: 5070

Character count: 33294

ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION LEVELS ON INTENTION IN USING E-MONEY

Nuruni Ika Kusuma W¹, Wilma C Izaak², Lifia Hardiyani³

^{1,2,&3}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: ikanuruni.mnj@upnjatim.ac.id¹ dan wilma.izaak.mnj@upnjatim.ac.id^{2*}

ABSTRACT

The emergence of e-money cards as a development of financial technology has not been welcomed by the public. Evidenced by the low level of use of e-money cards. When compared to server-based electronic money, card-based electronic money users are only 1/3 of server-based electronic money users. This phenomenon occurs as a result of many perceptions from the public, especially those who actively use it, such as how useful e-money cards are, whether e-money offers a lot of conveniences, and about the risks that will arise from the use of e-money. The purpose of this study is to look at the effect of perceived benefits, perceived convenience and perceived risk on the interest in using chip-based electronic money cards. The method used is non-probability sampling with purposive sampling technique producing a total sample of 80 respondents. The data analysis technique used is Partial Least Square (PLS). The results showed the better the perception of the benefits and perceptions of the ease of a user towards Mandiri E-Money electronic money cards, the interest in using them will also increase. Vice versa. Unlike the risk perception, it does not in any way affect the intention in using the Mandiri E-Money electronic money card.

Keywords: *Perceived benefits, perceived convenience, perceived risk, intention in using E-money*

ANALISIS TINGKAT PERSEPSI KONSUMEN PADA MINAT PENGGUNAAN KARTU E-MONEY

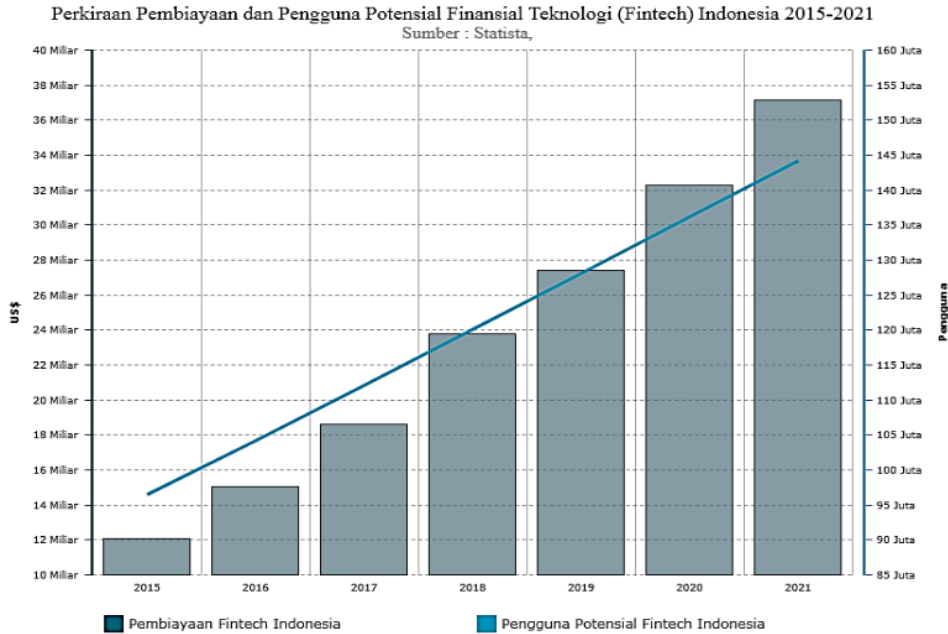
ABSTRAK

Munculnya kartu e-money sebagai perkembangan dari finansial teknologi ternyata masih belum disambut dengan baik oleh masyarakat. Terbukti dengan rendahnya tingkat penggunaan kartu e-money. Jika dibandingkan dengan uang elektronik berbasis server, pengguna uang elektronik berbasis kartu hanya 1/3 dari pengguna uang elektronik berbasis server. Fenomena ini terjadi sebagai akibat dari banyaknya persepsi dari masyarakat terutama yang aktif menggunakannya seperti seberapa bermanfaat kartu e-money, apakah e-money menawarkan banyak kemudahan, dan mengenai resiko-risiko yang akan ditimbulkan dari penggunaan e-money. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan kartu uang elektronik berbasis chip. Metode yang digunakan yaitu non-probability sampling dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling menghasilkan jumlah sampel sebesar 80 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan semakin baik persepsi manfaat dan persepsi kemudahan seorang pengguna terhadap kartu uang elektronik E-Money Mandiri maka minat dalam menggunakan juga akan semakin meningkat. Begitu pula sebaliknya. Berbeda dengan persepsi risikoyang sama sekali tidak mempengaruhi minat penggunaan kartu uang elektronik E-Money Mandiri.

Kata Kunci: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, minat penggunaan e-money

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa dampak yang cukup besar di berbagai elemen dan aspek kehidupan masyarakat, khususnya milenial. Salah satu perkembangan teknologi digital terjadi pada bidang finansial yang dikenal dengan Finansial Teknologi (fintek). Seiring dengan berkembangnya Finansial Teknologi banyak perusahaan mulai menawarkan kenyamanan dan kemudahan penggunaan kepada konsumen. Melihat adanya fenomena tersebut, untuk meningkatkan minat masyarakat perusahaan perlu mengetahui bagaimana tanggapan dan respon konsumen sesuai realita yang ada di lapangan. Sehingga, perusahaan juga dapat mengetahui langkah apa yang diperlukan untuk meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Perkembangan fintek yang paling banyak diperbincangkan di kalangan masyarakat adalah mengenai perubahan alat pembayaran, pengguna fintek di Indonesia dari tahun 2015 hingga saat ini terus mengalami peningkatan yang signifikan dan stabil dapat dilihat dalam gambar dibawah ini menurut sumber data (databoks.katadata.co.id).



Dkatadata.co.id

databoks

Gambar 1. Pengguna Potensial Fintek Indonesia tahun 2015-2021

Untuk mendorong minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik (e- money), sejak tahun 2014 Bank Indonesia telah mengajak masyarakat melakukan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Bahkan terhitung sejak tanggal 31 Oktober 2017, pemerintah telah mewajibkan penggunaan e-money sebagai alat untuk pembayaran gerbang tol menggantikan uang tunai. Jadi mau tidak mau pengguna jalan tol dituntut untuk menggunakan e-money sebagai alat pembayaran menggantikan uang tunai. Ada dua jenis uang elektronik yang tersebar dan digunakan oleh masyarakat. Pertama, uang elektronik berbasis chip dikenal dengan sebutan e-money dan dapat dijumpai dalam bentuk kartu seperti, Brizzi BRI, kartu E-Money Mandiri, Flazz BCA dan lainnya. Kedua, uang elektronik berbasis server dikenal dengan sebutan e-wallet yang dapat dijumpai dalam bentuk aplikasi seperti GoPay, OVO, TCASH, dan lain-lain (Sumber : Kompasiana.com). Terhitung ada 39 Perusahaan yang diberi izin untuk menerbitkan uang elektronik di Indonesia dan disahkan Bank Indonesia. Dari 39 ada 38 uang elektronik berbasis server (e-wallet), dan ada 11 uang elektronik berbasis kartu (e-money) yang diterbitkan baik oleh pihak bank maupun non-bank. BI mencatat hingga Mei 2019 transaksi menggunakan uang elektronik berbasis server menyumbang hingga 69,5 persen sedangkan 30,5 persen disumbang oleh uang elektronik berbasis chip. Hal ini menunjukkan jika minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik berbasis chip masih sangat rendah (Kompasiana.com).

Inovasi finansial teknologi (fintek) bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi banyak perusahaan mulai dari menawarkan kenyamanan dan keamanan penggunaan kepada konsumen. Hal ini dilakukan perusahaan agar dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Melihat adanya

fakta dilapangan uang elektronik berbasis chip memiliki banyak kekurangan tidak terkecuali kartu E-Money Mandiri. Disamping itu uang elektronik berbasis chip tidak memiliki sistem keamanan yang mampu menjaga keutuhan nominal yang ada di dalam kartu. Sehingga jika kartu e-money hilang, secara otomatis uang pun akan ikut hilang, karena kartu tidak dapat diurus kembali oleh pihak penerbit. Berbeda dengan uang elektronik berbasis server yang lebih aman dan sederhana karena menggunakan PIN transaksi dan ID pengguna. Jadi bila handphone hilang, pengguna masih bisa menggunakan uang elektroniknya di handphone lain. Risiko lain yang harus di tanggung pengguna e-money berbasis chip adalah saldo sisa yang ada di dalam kartu tidak dapat diambil. Ini juga sangat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan e-money. Menurut (Davis 1989), ada dua konsep utama yang dipercaya dalam penerimaan pengguna yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Selain itu Khadafi, Muhammad (2019) yang dikutip pada <https://finansial.bisnis.com> menyatakan bahwa keamanan merupakan isu yang paling penting dalam meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan suatu produk. Dalam penelitian ini akan difokuskan pada variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko. Persepsi manfaat merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan suatu produk. Davis et al. (1989:320) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan user bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Artinya seseorang cenderung akan menggunakan suatu produk apabila produk tersebut mampu memberikan banyak manfaat bagi mereka. Persepsi Kemudahan juga menjadi faktor yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan suatu produk. Ramadhan dkk (2016) mengungkapkan persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Kemudahan penggunaan suatu sistem membawa dampak pada perilaku konsumen. Semakin mudah suatu sistem dioperasikan maka semakin tinggi pula minat menggunakan teknologi informasi.

Faktor lain yang menyebabkan menurunnya minat konsumen dalam menggunakan suatu produk adalah persepsi risiko. Menurut Featherman dan Pavlou (2002:135) persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Dimitrios I. Maditinos, et al. (2007) menyatakan bahwa persepsi risiko memainkan peranan penting untuk mengurangi minat konsumen untuk menggunakan suatu teknologi khususnya melalui pendekatan TAM. Minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Untuk meningkatkan minat seseorang terhadap suatu produk perusahaan harus mengetahui bagaimana tanggapan dari pengguna produk tersebut. Sebelum menggunakan suatu produk seseorang akan membandingkan satu produk dengan produk yang lain dari segi manfaat yang akan diperoleh, kemudahan yang akan mereka terima, hingga risiko yang nantinya akan mereka tanggung pasca penggunaan produk tersebut. Karena itu untuk meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan suatu produk perusahaan harus mengetahui bagaimana persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko pengguna.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi Manfaat

Menurut Fred D. Davis (1989) persepsi manfaat atau *perceived usefulness* didefinisikan sebagai keyakinan akan manfaat, merupakan tingkatan dimana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi manfaat merupakan keyakinan seseorang bahwa keberadaan sistem mampu meningkatkan kinerja mereka. Definisi ini menggambarkan bahwa seseorang perlu memiliki rasa percaya pada suatu sistem sebelum melakukan proses pengambilan keputusan. Artinya seseorang akan menggunakan suatu sistem jika ia merasa percaya bahwa sistem tersebut berguna bagi dirinya. Sebaliknya jika sistem dirasa tidak begitu bermanfaat maka ia tidak akan menggunakannya.

Adapun Indikator yang mencirikan persepsi manfaat dalam penelitian ini dikemukakan oleh Aritonang, Arisman (2018): (1) Meningkatkan produktivitas. (2) Meningkatkan kinerja atau efektifitas. (3) Memudahkan pekerjaan. (4) Bermanfaat.

Persepsi Kemudahan

Fred D. Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, merupakan tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Semakin mudah suatu sistem dioperasikan maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi (Amijaya, 2010). Romadloniyah, Prayitno (2018) mengungkapkan bahwa persepsi mengenai kemudahan menggunakan merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang akan digunakan tidak merepotkan atau tidak membutuhkan usaha yang besar saat digunakan. Artinya, kemudahan suatu teknologi informasi mampu mempengaruhi seseorang untuk menggunakannya. Sebaliknya semakin susah teknologi tersebut digunakan maka seseorang juga merasa enggan untuk menggunakannya. Indikator yang mencirikan persepsi kemudahan dalam penelitian ini dikemukakan oleh Fred D. Davis (dalam Manullang, Yulia Margaretha, 2018): (1) Mudah dipelajari (*easy to learn*). (2) Dapat dikontrol

(controllable). (3) Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*). (4) Fleksibel (*flexible*). (5) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillfull*). (6) Mudah digunakan (*easy to use*).

Persepsi Risiko

Menurut Featherman dan Pavlou (2002:105) persepsi risiko diartikan sebagai suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Dimitrios I. Maditinos, et al. (2007) menyatakan bahwa persepsi risiko menggunakan peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dalam kegiatan bertransaksisehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif untuk melakukan suatu transaksi. Namun, hal ini tidak selamanya terjadi, beberapa kasus menyatakan adanya konsekuensi atau ketidakpastian pada saat bertransaksi akan berdampak pada ketidak inginan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut, tetapi mereka akan memiliki pertimbangan untuk menggunakan teknologi itu atau tidak. Indikator yang mencirikan persepsi risiko dalam penelitian ini dikemukakan oleh Dimitrios I. Maditinos, et al. (2007): (1) Ada risiko tertentu. (2) Mengalami kerugian. (3) Pemikiran bahwa berisiko.

Minat Penggunaan

Menurut Fred D. Davis (1989) minat perilaku atau menggunakan diartikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. W.C Izaak et al (2019) mendefinisikan minat penggunaan atau *loyalty intention* adalah minat yang timbul setelah menerima rangsangan dari lingkungan layanan atau produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan bertahan untuk memiliki layanan atau produk tersebut. Jati (2012) mendefinisikan minat penggunaan (*behavioral intention*) teknologi informasi sebagai tingkat keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi. Berdasarkan teori TAM, minat penggunaan (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seseorang akan berminat untuk menggunakan sebuah teknologi apabila ia meyakini bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan teknologi tersebut juga dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim: (1) Minat Transaksional. (2) Minat Referensial. (3) Minat Preferensial.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan

Venkatesh & Davis F (2000:192) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan telah terbukti memiliki efek atau pengaruh pada minat melalui dua jalur kausal, yaitu : efek langsung pada minat dan efek tidak langsung pada minat melalui persepsi manfaat yang dirasakan. Minat sendiri diartikan sebagai ketertarikan masyarakat dalam menggunakan suatu layanan yang timbul setelah pihak perusahaan penyedia layanan jasa memberikan informasi tentang persepsi kemudahandari produk, dalam kasus ini adalah E-Money.

Persepsi manfaat atau *perceived usefulness* merupakan keyakinan bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja (Fred D. Davis, 1989). Definisi ini menggambarkan bahwa sebelum melakukan pengambilan keputusan diperlukan rasa percaya dari seseorang pada suatu system. seseorang perlu memiliki rasa percaya pada suatu sistem. Minat sendiri diartikan sebagai ketertarikan masyarakat dalam menggunakan suatu layanan yang timbul setelah pihak perusahaan penyedia layanan jasa memberikan informasi tentang persepsi manfaat dari produk, dalam kasus ini adalah E-Money. Persepsi manfaat atau *perceived usefulness* didefinisikan sebagai keyakinan akan manfaat, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja (Fred D. Davis, 1989).

Definisi ini menggambarkan bahwa seseorang perlu memiliki rasa percaya pada suatu sistem sebelum melakukan proses pengambilan keputusan.

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Candraditya (2013) hal 3-4 dengan penelitian yang berjudul "Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)" menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Pada penelitian dari Setyo Ferry Wibowo, dkk (2015) menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money. Dimana minat sendiri pada penelitian ini adalah sesuatu yang timbul setelah pihak perusahaan penyedia layanan jasa memberikan informasi tentang persepsi manfaat sehingga masyarakat tertarik untuk ikut menggunakan layanan yang ada terutama dalam hal ini adalah penggunaan e-money. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Singgih Priambodo, dkk (2015) menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Jadi berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik Berbasis Chip.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan

Venkatesh & Davis F (2000:192) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan telah terbukti memiliki efek atau pengaruh pada minat melalui dua jalur kausal, yaitu : efek langsung pada minat dan efek tidak langsung pada minat melalui persepsi manfaat yang dirasakan. Minat sendiri diartikan sebagai ketertarikan masyarakat dalam menggunakan suatu layanan yang timbul setelah pihak perusahaan penyedia layanan jasa memberikan informasi tentang persepsi kemudahandari produk, dalam kasus ini adalah E-Money. Persepsi kemudahan adalah keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah (Fred D. Davis, 1989). Dalam Penelitian Venkatesh & Davis F (2000:192) persepsi kemudahan penggunaan telah terbukti memiliki efek atau pengaruh pada minat melalui dua jalur kausal, yaitu : efek langsung pada minat dan efek tidak langsung pada minat melalui persepsi manfaat yang dirasakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Saputro, Sukirno (2013) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking” terdapat pengaruh positif dan signifikan pada persepsi kemudahan minat menggunakan Internet Banking.

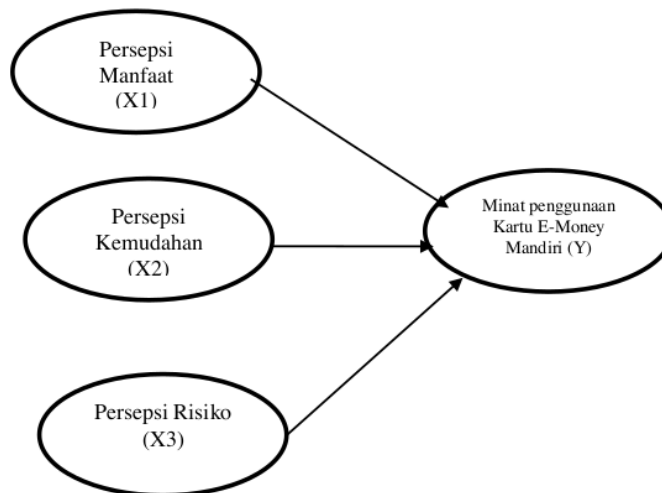
Pada penelitian dari Joan Sitinjak (2019) mendapatkan kesimpulan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money. Di mana minat sendiri pada penelitian ini adalah sesuatu yang timbul setelah pihak perusahaan penyedia layanan jasa memberikan informasi tentang persepsi kemudahan kepada masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk ikut menggunakan layanan yang ada terutama dalam hal ini adalah penggunaan e-money. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Singgih Priambodo, dkk (2015) menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Jadi berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik Berbasis Chip.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan

Persepsi terhadap risiko (*perceived risk*) adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil tersebut menjadi nyata (Dowling, 1986). Dengan adanya risiko konsumen akan berpikir ulang untuk menggunakan suatu produk.

Dimitrios I. Maditinos, et al. (2007) mengemukakan bahwa persepsi risiko memainkan peranan yang kuat untuk mengurangi minat konsumen untuk mengambil bagian dalam kegiatan bertransaksi sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif untuk melakukan suatu transaksi. Hasil penelitian Jebran dan Dipankar (2012) mengidentifikasi bahwa risiko dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dari aktivitas umum perbankan bank umum. Hasil penelitian ini Singgih Priambodo, dkk (2015) menyatakan bahwa variabel persepsi risiko mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Jadi berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik Berbasis Chip.

Kerangka Konseptual



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Sesuai dengan perumusan masalah dalam landasan teori maka hipotesis yang diangkat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Diduga persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Uang Elektronik Berbasis Chip
- H2 : Diduga persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Uang Elektronik Berbasis Chip
- H3 : Diduga persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan Uang Elektronik Berbasis Chip

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi

Menurut Sugiyono (2013:115) Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang sesuai adalah warga Gresik yang tinggal di daerah GKB, yang sesuai data.bankmandiri.co.id pengguna kartu e-money mengalami peningkatan 40% dan tersebar sebanyak 62.000 user di kota-kota besar salah satunya di Kabupaten Gresik (GKB).

2

Sampel

Menurut Sugiyono (2013:149) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah: (1) Pernah menggunakan uang elektronik kartu E-Money Mandiri. (2) Umur 17 tahun ke atas.

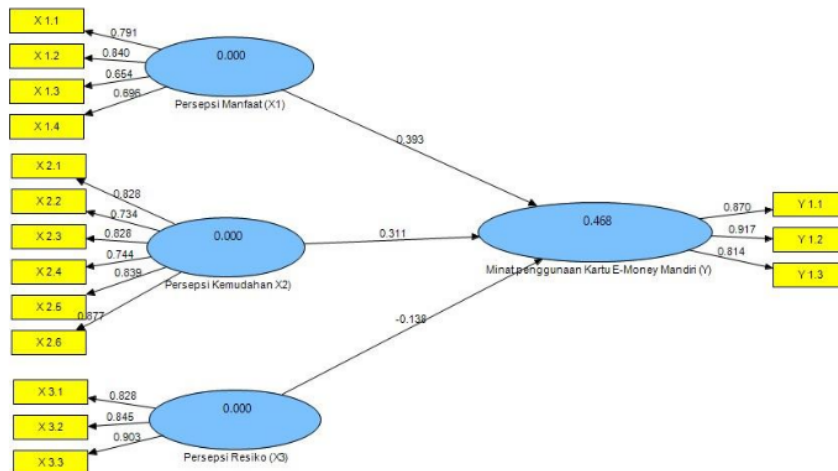
Karena jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya secara pasti, sehingga teknik penentuan sampel yang dipergunakan adalah berdasarkan pedoman pengukuran sampel menurut (Ghozali, 2011), antara lain : Sepuluh kali skala terbesar indikator (kausal). Jumlah parameter dalam penelitian ini adalah 5 parameter oleh sebab itu maka jumlah sampel yang dipergunakan adalah $16 \times 5 = 80$, dimana pada penelitian ini terdapat 16 indikator (Ghozali, 2011), sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah minimal 80 responden.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini ialah *Partial Least Square (PLS)*. Teknik *Partial Least Square (PLS)* dipilih karena perangkat ini banyak dipakai untuk analisis kausal – prediktif yang rumit dan merupakan teknik yang sesuai untuk digunakan dalam aplikasi prediksi dan pengembangan teori seperti pada penelitian ini. Pendekatan pendugaan variabel laten dalam PLS adalah sebagai exact kombinasi linear dari indikator, sehingga mampu menghindari masalah *indeterminacy* dan menghasilkan skor kemasam yang tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Model PLS



Sumber : olah data, output SmartPL

Gambar 3. Diagram Jalur Hasil Output PLS

Gambar output PLS diatas menggambarkan besarnya nilai *factor loading* tiap indikator yang terletak diatas tanda panah diantara variabel dan indikator, juga bisa dilihat besarnya koefisien jalur (*path coefficients*) yang berada diatas garis panah antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Selain itu bisa juga dilihat besarnya *R-Square* yang berada tepat didalam lingkaran variabel endogen (variabel Minat Penggunaan Kartu E-Money Mandiri). Sehingga dapat dilihat lebih jelas pada hasil dari pengukuran inner weights masing-masing variable dan pengaruhnya pada tabel path coefficient berikut ini.

Hasil dari Inner Weights

Tabel 1. Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Path Coefficient s (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (IO/STER Ri)
Persepsi Manfaat (X1) -> Minat penggunaan Kartu E-Money Mandiri (Y)	0.393349	0.378454	0.172866	0.172866	2.275456
Persepsi Kemudahan X2) -> Minat penggunaan Kartu E- Money Mandiri (Y)	0.310971	0.330948	0.146014	0.146014	2.129735
Persepsi Risiko (X3) -> Minat penggunaan Kartu E-Money Mandiri (Y)	-0.138142	-0.151132	0.076610	0.076610	1.803202

Sumber : Data diolah

2 Persepsi Manfaat (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Kartu E-Money Mandiri (Y) dapat diterima, dengan path coefficients sebesar 0,393349, dan nilai T-statistic sebesar 2,275456 lebih besar dari nilai $Z \alpha = 0,05$ (5%) = 1,96, maka Signifikan (positif).

Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Kartu E-Money Mandiri (Y) dapat diterima, dengan path coefficients sebesar 0,310971, dan nilai T-statistic sebesar 2,129735 lebih besar dari nilai $Z \alpha = 0,05$ (5%) = 1,96, maka Signifikan (positif).

Persepsi Risiko (X3) berpengaruh negatif terhadap Minat Penggunaan Kartu E-Money Mandiri (Y) Tidak dapat diterima, dengan path coefficients sebesar - 0,138142, dan nilai T-statistic sebesar 1,803202 lebih Kecil dari nilai $Z \alpha = 0,05$ (5%) = 1,96, maka Tidak Signifikan (negatif).

2 Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan Kartu Uang Elektronik E- Money Mandiri

Dari penelitian yang telah dilakukan, hasil yang diperoleh adalah Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Kartu E-Money Mandiri, maka semakin baik persepsi manfaat, maka minat dalam menggunakan produk tersebut juga semakin tinggi. Berarti persepsi manfaat memberikan kontribusi terhadap minat penggunaan kartu uang elektronik E-Money Mandiri. Hasil analisis deskriptif variable persepsi manfaat menunjukkan indikator yang memiliki presentase paling tinggi terhadap minat penggunaan adalah indikator meningkatkan kinerja atau efektifitas, hal ini terjadi karena Kartu Uang Elektronik E-Money Mandiri mampu membuat transaksi menjadi lebih cepat dan teliti. Kartu Uang Elektronik memiliki sistem berbasis chip yang mampu digunakan sebagai alat pembayaran non tunai dengan cepat dan tepat. Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga menjadi faktor yang mampu membuat masyarakat berfikir jika kecepatan menjadi salah satu hal yang sangat dibutuhkan khususnya kaum milenial dalam menyelesaikan kegiatan seperti istilah semakin cepat maka semakin baik. Sedangkan indikator dari variabel persepsi manfaat yang memiliki presentase paling sedikit adalah Memudahkan pekerjaan. Hal ini karena kartu uang elektronik E-Money Mandiri bisa digunakan untuk melakukan pembayaran dimana saja selama merchant menyediakan pembayaran dengan E-Money. Persepsi manfaat termasuk dalam faktor yang dapat menyebabkan pengguna berminat untuk menggunakan kartu uang elektronik E-Money Mandiri. Persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang besar dalam mempengaruhi pemikiran pengguna dalam meningkatkan minat untuk menggunakan suatu produk. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin baik persepsi manfaat pada kartu uang elektronik, maka minat penggunaan akan semakin besar atau meningkat.

Sesuai dengan penelitian Singgih priambodo dan Bulan prabawani (2015) membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Sesuai dengan teori Rahmatsyah (2011) dimana persepsi manfaat merupakan probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Dimana seseorang terpengaruh untuk menggunakan suatu sistem jika ia merasa percaya bahwa sistem tersebut berguna bagi dirinya.

Sebaliknya jika sistem dirasa tidak begitu bermanfaat maka ia tidak akan menggunakannya.

Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Kartu Uang Elektronik E- Money Mandiri

Dari penelitian yang dilakukan, hasil yang diperoleh adalah Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Kartu E- Money Mandiri, maka semakin baik persepsi kemudahan, maka minat dalam menggunakan produk tersebut juga semakin tinggi. Berarti persepsi kemudahan memberikan kontribusi terhadap minat penggunaan kartu uang elektronik E-Money Mandiri. Hasil analisis deskriptif variable persepsi kemudahan menunjukkan indikator yang memiliki presentase paling tinggi terhadap minat penggunaan adalah indikator mudah digunakan, hal ini terjadi karena Kartu Uang Elektronik E-Money Mandiri mudah untuk digunakan atau dioperasikan oleh penggunanya. Kartu Uang Elektronik memiliki sistem berbasis chip yang mampu digunakan sebagai alat pembayaran non tunai dengan cara menempelkan kartu pada alat pemindai dan secara otomatis saldo yang ada di dalam kartu akan terpotong. Sedangkan indikator dari variabel persepsi kemudahan yang memiliki presentase paling sedikit adalah dapat dikontrol. Hal ini karena kartu uang elektronik E-Money Mandiri bisa digunakan untuk mengendalikan keuangan pengguna E-Money.

Persepsi kemudahan termasuk dalam faktor yang dapat menyebabkan pengguna berminat untuk menggunakan kartu uang elektronik E-Money Mandiri. Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang besar dalam mempengaruhi pemikiran pengguna dalam meningkatkan minat untuk menggunakan suatu produk. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin baik persepsi kemudahan pada kartu uang elektronik, maka minat penggunaan akan semakin besar atau meningkat.

Sesuai dengan penelitian Singgih priambodo dan Bulan prabawani (2015) membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori Amijaya, 2010 bahwa semakin mudah suatu sistem dioperasikan maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Kartu Uang Elektronik E-Money Mandiri

Dari penelitian yang telah dilakukan, hasil yang diperoleh adalah Persepsi Risiko berpengaruh secara tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan Kartu E-Money Mandiri, maka persepsi risiko sama sekali tidak mempengaruhi dan tidak memberikan kontribusi terhadap minat penggunaan kartu uang elektronik E-Money Mandiri. Hasil analisis deskriptif variable persepsi risiko menunjukkan indikator dari variabel persepsi risiko yang memiliki presentase paling tinggi terhadap minat penggunaan adalah indikator pemikiran bahwa beresiko, hal ini terjadi karena kartu memang tidak memiliki perlindungan seperti kata sandi dan identitas diri. Jadi kartu e- money bisa digunakan siapa saja. Sedangkan indikator dari variabel persepsi risiko yang memiliki presentase paling sedikit adalah ada risiko tertentu. Terhitung sejak 31 Oktober 2017 pemerintah mewajibkan penggunaan E-Money sebagai alat pembayaran gerbang tol menggantikan uang tunai. Dimana pengguna jalan tol diharuskan memiliki kartu uang elektronik untuk dapat melakukan transaksi pembayaran. Karena kepentingan yang memang harus terpenuhi ini, mau tidak mau pengguna jalan tol wajib memilikinya. Namun hal ini tidak didukung dengan adanya jaminan dari pihak penerbit Kartu Uang Elektronik E-Money Mandiri atas kasus kartu yang hilang. Sehingga apabila kartu e-money hilang maka saldo juga ikut hilang.

PENUTUP

Adapun kesimpulan yang bisa ditarik adalah sebagai berikut: (1) Semakin baik persepsi manfaat seorang pengguna terhadap kartu uang elektronik E-Money Mandiri maka minat dalam menggunakan juga akan semakin meningkat. Begitu pula sebaliknya. (2) Semakin besar persepsi kemudahan seorang pengguna terhadap kartu uang elektronik E-Money Mandiri maka minat dalam menggunakan juga akan semakin meningkat. Begitu pula sebaliknya. (3) Persepsi risiko sama sekali tidak mempengaruhi minat penggunaan kartu uang elektronik E-Money Mandiri.

Saran yang dapat diberikan yaitu: (1) Kartu E-Money banyak membantu melakukan transaksi dengan cepat dan teliti, hal ini harus terus ditingkatkan dan dibarengi dengan peningkatan fasilitas lain contohnya Kartu E-Money bisa digunakan untuk membayar secara online, mengingat kontribusi terbesar penggunaan kartu uang elektronik E-Money adalah untuk membayar Gerbang tol. (2) Perkembangan Teknologi yang semakin cepat dan tuntutan pengguna yang semakin tinggi, sebaiknya dijadikan perusahaan sebagai motivasi untuk melakukan inovasi dalam hal meningkatkan persepsi masyarakat terhadap kemudahan menggunakan kartu uang elektronik E-Money. Salah satunya dengan meningkatkan kemudahan pengisian dan pengecekan top up saldo sehingga pengguna merasa lebih nyaman dan aman dalam bertransaksi. (3) Meskipun dalam penelitian ini persepsi risiko cenderung diabaikan oleh para pengguna kartu uang elektronik tapi perusahaan harus menyadari jika kekurangan yang terdapat pada kartu uang elektronik harus diperbaiki. Contohnya dengan memperbaiki keamanan dari sisi penggunaan kata sandi atau sensor wajah, mengingat kartu e-money bisa digunakan siapa saja.

DAFTAR RUJUKAN

- Amijaya, Gilang Rizky and Rahardjo, Susilo Toto. 2010. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*. Undergraduate thesis, Perpustakaan FE UNDIP.
- Aritonang, Arisman. 2018. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go- Pay)". *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*.
- Candraditya. 2013. Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis UNDIP*.
- Databoks.Katadata.co.id. 2017. "Perkiraan Pembiayaan dan Pengguna Potensial Finansial Teknologi (Fintech) Indonesia 2015-2019". <https://databoks.katadata.co.id/>. Diakses pada 23 Desember 2019. 13.00 WIB.
- Dimitrios I. Maditinos, et al. 2007. *Predicting e-commerce purchasing intention in Greece: An extended TAMapproach*. <https://pdfs.semanticscholar.org/57ef/98786f48b33ef04e90c3857d7ee67f10d124.pdf>
- Featherman dan Pavlou. 2002. Predicting E-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59, 4, 451-474.
- Fred D. Davis. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*. Vol. 13, No. 3 (Sep., 1989), pp. 319-340. Published by: [Management Information Systems Research Center, University of Minnesota](https://www.jstor.org/stable/249008). <https://www.jstor.org/stable/249008>
- Ghozali, Imam. 2011. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- G. K. Jati, H. M. Manurung and Suyanto. 2012. Discrete cuckoo search for traveling salesman problem. 7th International Conference on Computing and Convergence Technology (IC CCT), Seoul, 2012, pp. 993-997.
- G.R. Dowling. 1986. *Perceived Risk: The Concept and its Measurement*. <https://doi.org/10.1002/mar.4220030307>
- Jafirullah Khan Jebran dan Md. Afzal Hossain. 2012. *Consumer's Perception on General Banking Activities of Commercial Banks: A Study in the Banking Context of Bangladesh*. *European Journal of Business and Management*. ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol 4, No.7, 2012. www.iiste.org
- Joan, Sijinjak. 2019. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go- Pay". *Jurnal Manajemen* Vol. 8 No.2.
- Khadafi, Muhammad. 2019. "Bayar Tol Pakai QR Code, Kartu Uang Elektronik Bakal Punah?". <https://finansial.bisnis.com/>. Diakses pada 26 November 2019 Pukul 21.00 WIB.
- Manullang, Yulia Margaretha. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penggunaan Brizzi Bank Rakyat Indonesia di Kota Pekanbaru. *JOM FEB*, Volume 1 Edisi 1.
- Priambodo, Prabawani. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risik Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal, Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Ramadhan, Prasetyo dan Irviana. 2016. "Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E- Money". *Jurnal Dimanika Ekonomi & Bisnis* Vol. 13 No. 2.
- Romadloniyah, Prayitno. 2018. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan". *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi* Vol III No. 2
- Saputro, Sukirno. 2013. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Viswanath Venkatesh and Fred D Davis. 2000. *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. Published Online:1 Feb 2000. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- W.C Izaak dan R. Alit. 2019. *The role of servicescape and Perceived Sacrifice on Loyalty Intentions University Student*. 4th International Seminar of Research Month. <http://nstproceeding.com/index.php/nusciencetech/article/256>
- Website Resmi Kompasiana. 2019. "Bantu Insklusi Keuangan Negara, Pakai Saja Uang Elektronik". <https://kompasiana.com/>. Diakses pada 26 November 2019.
- Website Resmi Bank Mandiri. 2019. "Nikmati Kemudahan dan Kenyamanan Hidup dengan Mandiri E-Money di setiap Transaksi Harian Anda". <https://bankmandiri.co.id/>. Diakses pada 30 November 2019. 08.00 WIB.

ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION LEVELS ON INTENTION IN USING E-MONEY

ORIGINALITY REPORT

12%	15%	6%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.ejournal-s1.undip.ac.id	5%
	Internet Source	
2	eprints.mdp.ac.id	5%
	Internet Source	
3	jurnal.kwikkiangie.ac.id	2%
	Internet Source	

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION LEVELS ON INTENTION IN USING E-MONEY

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9
