



**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK
(STUDI KASUS PEDAGANG DI DESA
SEI SEMAYANG KEC. SUNGGAL)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

oleh:

ROIMINDO SILITONGA

1815310633

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2022**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

JUDUL

: ANALISIS PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN FASILITAS UANG ELEKTRONIK (STUDI KASUS
PEDAGANG DI DESA SEI SEMAYANG KEC. SUNGGAL)

NAMA
N.P.M
FAKULTAS
PROGRAM STUDI
TANGGAL KELULUSAN

: ROI MINDO SILITONGA
: 1815310633
: SOSIAL SAINS
: Manajemen
: 13 Desember 2022



Dr. E. Rusiadi, SE., M.Si.

Husni Muharram Ritonga, B.A., M.Sc. M.

DISETUJUI
KOMISI PEMBIMBING

PEMBIMBING I



Hernawaty, S.E., M.M.

PEMBIMBING II



Aulia, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ROI MINDO SILITONGA
NPM : 1815310633
Fakultas/Program Studi : MANAJEMEN
JENJANG : S 1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERSEPSI MANFAAT PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (STUDI KASUS PEDAGANG DI DESA SEI SEMAYANG KEC. SUNGGAL)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat);
2. Memberikan izin hak bebas Royalti, Non-Eksklusif kepada unpub untuk menyimpan , mengalih media/formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, Des 2022



Roi mindo Silitonga
1815310633

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Roi Mindo Silitonga
Tempat/Tanggal lahir : Hutajulu, 03 Oktober 1999
NPM : 1815310633
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Manajemen
Alamat : Jl. Bagan Sejarah

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal ini tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, Desember 2022

Yang membuat pernyataan



(Roi Mindo Silitonga)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Pengaruh persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Studi Kasus Pedagang Di Desa Sei Semayang Kec. Sunggal)”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan studi kasus pedagang di Desa Sei Semayang dan membuktikan apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik, guna mendapat gambaran yang jelas mengenai persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan dalam mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik terhadap pedagang-pedagang yang telah ataupun belum menggunakan uang elektronik. Penelitian terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa kuesioner dan wawancara, dan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan uji statistik asosiatif, uji kualitas data terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas serta uji hipotesis menggunakan analisis linier berganda dengan program bantuan SPSS *for window* versi 18. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan uang elektronik menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan, namun dalam persepsi kemudahan penggunaan masih terdapat pengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik namun tidak signifikan.

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi keamanan, Minat, *E-money*

ABSTRACT

Utilization of Electronic Money and Perceptions of Security Against Interest: A Case Study of Traders in Sei Semayang Village, Kec. Sunggal)”. In order to get a clear picture of how perceived benefits, perceptions of ease of use, and perceptions of security influence the intention to use electronic money for traders who have used or have not used electronic money, this study aims to examine the effect of perceived benefits, perceived ease of use, and perceived security in the case study of traders in Sei Semayang Village. It also aims to demonstrate whether perceived benefits, perceived ease of use, and perceived security have a significant effect on the intention to use electronic money. Quantitative research methods were used to conduct research on perceived benefits, ease of use, and safety. In this study, questionnaires and interviews were used to collect data, and both primary and secondary data were used. Associative statistical tests were used in data analysis, and multiple linear analysis with the SPSS for Windows version 18 assistance program was used in hypothesis testing and validity and reliability tests for data quality. The findings demonstrated that the intention to use electronic money is influenced by the perceived benefits, ease of use, and security of using money for e-commerce in a positive and significant manner; however, the influence of perceived ease of use is not significant.

Keywords: *Perception of Benefits, Perception of Ease, Perception of Security, Interests, E-money*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha esa yang telah memberi nafas kehidupan dan melimpahkan Rahmatnya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik”** tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan proposal penelitian ini adalah untuk mempelajari persepsi masyarakat khususnya para pedagang terhadap penggunaan uang elektronik diperkembangan zaman yang semakin maju ini dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program S1 fakultas Sosial Sains, program Studi Manajemen.

Kelancaran pembuatan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian proposal ini diantaranya:

1. Bapak Dr.H.Muhammad Isa indrawan,SE.,MM selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi.
2. Bapak Cahyo Pramono.,SE.,MM Selaku Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan.
3. Bapak Dr. E. Rusiadi,SE.,M.Si.,CiQaR.,CiQnR.,CIMMR Selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
4. Bapak Husni Muharram Ritonga,BA.,Msc.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

5. Ibu Hernawaty, SE, MM Selaku Dosen Pembimbing 1 dalam proses penyusunan penelitian proposal selama kegiatan penelitian ini berlangsung.
6. Bapak Aulia, SE, MM Selaku dosen pembimbing 2 dalam Proses Penyusunan penelitian proposal selama kegiatan penelitian ini berlangsung.
7. Kedua Orang Tua saya yaitu JANNUS SILITONGA (Ayah) dan NAOLO MARIDA SAMOSIR (Ibu) yang telah memberikan izin dan semangat dan selalu memberikan doa dan motivasi kepada penulis.

Namun tidak lepas dari semua itu, penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penulisan, baik dari segi penyusunan bahasa maupun dari segi lainnya . Begitupun sepenuhnya Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan segala saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi perbaikan pada penelitian s yaituelanjutnya. Harapan penulis semoga penelitian ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca lain pada umumnya.

Medan, Des 2022

Roi mindo silitonga

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah.....	8
1. Batasan Masalah	8
2. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Manfaat Penelitian	9
E. Keaslian Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. <i>Theory of Planed Behaviour</i> (TPB).....	11
2. Perkembangan Sistem Pembayaran di Indonesia	12
3. Pengertian Uang Elektronik	16
4. Karakteristik Uang Elektronik.....	17
5. Jenis-Jenis Uang Elektronik	17
6. Jenis-Jenis Transaksi Pada Uang Elektronik	19
7. Pihak-Pihak Dalam Penyelenggaraan Uang Elektronik.....	20
8. Kelebihan dan Kelemahan Uang Elektronik	21
9. Perilaku Konsumen	21
10. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	25
11. Persepsi Manfaat	28
12. Persepsi Kemudahan Penggunaan	29
13. Persepsi Keamanan.....	31
14. Minat Penggunaan Uang Elektronik	32
B. Penelitian sebelumnya.....	33
C. Kerangka Konseptual	35
1. Persepsi Manfaat terhadap Minat menggunakan <i>E-money</i>	36
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat menggunakan <i>E-money</i>	36
3. Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i>	37
4. Hipotesis Penelitian.....	39

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	40
A. Pendekatan Penelitian	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
1. Lokasi Penelitian	40
2. Waktu penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel	41
D. Jenis Data dan Sumber Data	43
E. Definisi Operasional Variabel	43
1. Minat menggunakan <i>E-money</i>	44
2. Persepsi manfaat	45
3. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	45
4. Persepsi Keamanan.....	46
F. Teknik pengumpulan data.....	48
1. Kuesioner/Angket.....	48
2. Wawancara	48
G. Teknik Analisa Data.....	48
1. Statistik Asosiatif	49
2. Uji validitas dan Reliabilitas	49
a. Uji Validitas	49
b. Uji Reliabilitas	50
3. Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Heteroskedastisitas	50
c. Uji Multikolinearitas.....	51
4. Analisis Regresi Berganda	51
5. Uji Hipotesis	52
a. Uji t	52
b. Uji F	53
c. Koefisien Determinasi	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian	56
1. Gambaran Umum Desa sei Semayang	56
a. Kondisi Geografis Desa Sei Semayang	56
2. Objek Penelitian	56
3. Karakteristik Responden	57
a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	57
b. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	57
c. Karakteristik Responden Menurut Penggunaan Fasilitas <i>E-money</i>	57
4. Variabel penelitian.....	58
a. Variabel Bebas	58
1. Persepsi Manfaat	58
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan	58
3. Persepsi Keamanan	59
b. Variabel Terikat	59
1. Minat Menggunakan <i>E-money</i>	59

5. Hasil Uji Instrumen Data.....	60
a. Uji validitas.....	60
1. Variabel persepsi manfaat.....	60
2. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	61
3. Persepsi Keamanan.....	62
4. Minat Menggunakan <i>E-money</i>	62
b. Uji Reliabilitas.....	62
1. Variabel persepsi manfaat.....	63
2. Variabel Persepsi Kemudahan penggunaan.....	63
3. Variabel Keamanan.....	64
4. Variabel Minat Menggunakan <i>E-money</i>	64
c. Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Normalitas Data.....	64
2. Uji Heteroskedastisitas.....	64
3. Uji multikolinearitas.....	67
d. Analisa Regresi Berganda.....	69
e. Uji Hipotesis.....	71
1. Uji signifikansi parsial (t).....	71
2. Uji Signifikan Simultan (F).....	74
3. Koefisien Determinasi.....	75
B. Pembahasan.....	76
1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Pada Pedagang Desa Sei Sei Semayang.....	76
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik.....	78
3. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik.....	81
4. Pengaruh Persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Wawancara Para Pedagang	2
Tabel 1. 2 Perkembangan <i>e-money</i> di Indonesia.....	4
Tabel 2. 1 Fasilitas Uang Elektronik <i>Registered</i> dan <i>Unregistered</i>	18
Tabel 2. 2 Perbedaan Uang Elektronik Dengan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Lainnya.....	20
Tabel 2. 3 Penelitian Sebelumnya.....	33
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	40
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Penggunaan Fasilitas <i>E-money</i>	58
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat.....	60
Tabel 4. 5 Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	61
Tabel 4. 6 Uji Validitas Persepsi Keamanan.....	62
Tabel 4. 7 Uji Validitas Minat Menggunakan <i>E-money</i>	62
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Variabel persepsi manfaat.....	63
Tabel 4. 9 Uji reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan penggunaan.....	63
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel Keamanan	64
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Variabel Minat Menggunakan <i>E-money</i>	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas Statistik	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Homokedastisitas Dengan Metode <i>Glejser</i>	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4. 15 Hasil Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji <i>t</i>).....	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikasi Uji (<i>F</i>).....	74
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R</i> ²).....	75
Tabel 4. 19 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i>	77
Tabel 4. 20 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i>	79
Tabel 4. 21 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i>	82
Tabel 4. 22 Pengaruh Persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Produk-produk uang elektronik.....	19
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 4. 1 Hasil uji Normalitas Grafik.....	65
Gambar 4. 2 Hasil uji Heteroskedastisitas	66
Gambar 4. 3 Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Pada Uji t.....	72



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Cepatnya transformasi inovasi untuk mengadaptasi struktur perbankan, termasuk inovasi dalam sistem keuangan. Sistem yang menjadi satu di antara yang ada yaitu fondasi penunjang integritas struktur finansial saat ini mengalami perubahan cepat sejalan dengan kemajuan teknologi. Pengembangan sistem layanan pembayaran yang semakin efektif dapat dilakukan dengan perbaikan komputer dan peningkatan konektivitas jaringan internet. Intinya, sistem pembayaran adalah jaringan layanan yang memudahkan masyarakat untuk melakukan pembayaran atas produk, jasa, dan substansi lainnya. 2015 (Daniel).

Kemajuan IPTEK telah sukses mengubah bentuk kehidupan dan tata kehidupan manusia, sistem penyelesaian negosiasi sosial ekonomi. Kemajuan teknologi dalam pelunasan sudah menjadikan dana langsung sebagai alat pelunasan nontunai untuk lebih efisien dan efektif. Perkembangan sistem keuangan ini membawa inovasi dalam metode pembayaran, yaitu uang itu sendiri. Melalui kontribusi badan usaha dengan metode pembayaran, perusahaan yang menawarkan layanan *switch* ataupun metode *routing* untuk negosiasi elektronik dengan memakai Alat Pembayaran Kartu (APMK) lewat stasiun seperti ATM atau *Electronic Data Capture Device*, alat pembayaran nontunai disebut juga *E-money* (*Electronic Money*) mulai digunakan secara global.

Pada tahun 2009, atau hampir 13 tahun yang lalu, *Electronic money* perdana diperkenalkan di Indonesia. Dibuktikan atas terbitnya kebijakan BI No.11/12/PBI/2009 tentang e-money dan ditetapkan 13 April 2009. Pengenalan

uang elektronik ini juga disertai dengan surat edaran tentang Lembaga penyedia uang elektronik. Begitu banyak yang telah berubah dalam 13 tahun sejak pertama kali dirilis, dan semuanya menunjukkan pertumbuhan atau perkembangan yang positif.

Di era kemajuan zaman yang semakin canggih keberadaan *e-money* semakin dikenal masyarakat Indonesia dikarenakan kesadaran masyarakat akan kegunaan dan kelancaran penggunaan uang elektronik untuk bertransaksi, maka dari itu keyakinan dalam melakukan penagihan melalui uang elektronik sudah diterapkan dengan maksud yaitu untuk melakukan transaksi. Dibandingkan dengan alat pembayaran nontunai lainnya, *e-money* menawarkan berbagai keunggulan, antara lain peningkatan kecepatan, kemudahan dan efisiensi, mulai dari manfaat penggunaan layanan *e-money* hingga kemudahan penggunaan *e-money*.

Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap produk baru menjadi suatu kendala dalam mengadopsi uang elektronik. Hal ini disebabkan masyarakat menjadi terbiasa menggunakan uang tunai. Peralihan dari penggunaan uang tunai ke uang elektronik dirasakan minim perubahan. Untuk mengetahui apakah para pedagang tersebut pernah menggunakan *e-money* atau tidak, peneliti melakukan survei dengan mewawancarai beberapa pedagang. Hasil wawancara bisa diperhatikan pada Tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1. 1Wawancara Para Pedagang

Nama pedagang	Waktu wawancara	Hasil wawancara
Elitri Immanuel Zai (Pedagang Kios)	6 April 2022	Mengatakan bahwa dia menggunakan <i>e-money</i> untuk transaksi jual beli, dan merasakan manfaat dari penggunaan uang elektronik seperti untuk melakukan transaksi jual beli dan dengan menggunakan aplikasi <i>e-money</i>

Nama pedagang	Waktu wawancara	Hasil wawancara
		akan dapat menghasilkan uang.
Ibu Nisa (Pedagang Kios)	6 April 2022	Ibu Nisa mengatakan tidak mengenal <i>e-money</i> , dan tidak pernah menggunakannya.
Gabriel Simamora (Pedagang Kios)	6 April 2022	Mengatakan mengenal uang Elektronik (<i>e-money</i>) tetapi tidak menggunakan produk tersebut hal itu dikarenakan masih sedikit pelanggannya yang menggunakan produk tersebut, jadi menurut dia percuma menerapkan sistem pembayaran menggunakan <i>e-money</i> yang menurut dia akan menambah kerepotan dalam berjualan. Menurutnya juga lebih nyaman bertransaksi dengan menggunakan uang tunai dikarenakan perhitungan modal dan keuntungan lebih gampang.
Ibu Rini Hutagalung (Pedagang Beras)	7 April 2022	Ibu ini juga mengatakan tidak mengerti tentang <i>e-money</i> , dan tidak mengerti cara menggunakannya. Menurut ibu ini terlalu rumit untuk mengoperasikan gadget (perangkat elektronik) apalagi untuk bertransaksi jual beli.
Irvan Hutapea (Pedagang Kios)	7 April 2022	Mengatakan bahwa sudah mengenal <i>e-money</i> namun tidak menggunakan produk tersebut dalam bertransaksi jual beli, alasannya dikarenakan kondisi di daerah tempat dia berjualan dimana masyarakatnya belum terlalu mengenal <i>e-money</i> untuk melakukan transaksi jual beli, ditambah lagi masyarakatnya sudah melakukan pembayaran dengan uang langsung (tunai).
Kelvin situmeang (Pedagang sandal)	8 April 2022	Mengatakan bahwa sudah mengetahui uang elektronik, akan tetapi belum menggunakannya karena tidak mengerti cara menggunakannya. Namun dalam segi keamanan menurutnya uang elektronik bisa diandalkan dan mungkin ada keinginan untuk menggunakannya.

Sumber : Wawancara (April, 2022)

Berdasarkan Tabel 1.1, Keuntungan menggunakan elektronik masih belum banyak diketahui, terutama di kalangan pedagang. Pedagang ragu untuk menggunakan uang elektronik karena pedagang masih menganggapnya sangat sulit untuk dikelola dan memakan banyak waktu.

Menggunakan uang elektronik itu mudah dan tidak sulit. Hal itu juga tercermin dari data jumlah pengguna uang elektronik Bank Indonesia, khususnya dari tahun 2018 hingga 2021 jumlah penggunaan uang elektronik meningkat. Keadaan ini bisa diperhatikan pada Tabel 1.2 di bawah ini.

Tabel 1. 2 Pergerakan uang elektronik di Indonesia

Tahun	Jumlah uang elektronik yang beredar
2018	167.205.578
2019	292.299.320
2020	432.281.380
2021	575.323.419

Sumber: Bank Indonesia, diolah oleh peneliti (2022)

Berdasarkan pemaparan tabel 1.2 di atas yaitu besarnya peredaran uang elektronik di Indonesia bisa dinyatakan bahwa penggunaan uang elektronik meningkat secara relevan dikarenakan berbagai faktor seperti, manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan (privasi penggunanya) serta perkembangannya sangat pesat.

Kegunaan yang disediakan produk *e-money* dapat berpengaruh pada peningkatan penggunaan *e-money* di Indonesia. Jogiyanto (2019) Mendefinisikan Kegunaan yang dirasakan mengacu pada seberapa jauh seseorang yakin akan penggunaan teknologi tertentu akan memajukan kinerjanya. Dapat diartikan bahwa persepsi manfaat merupakan tahapan dalam keyakinan individu bahwa pemakaian teknologi dapat memajukan hasil pekerjaannya. Salah satu contoh produk *e-money*, yaitu penggunaan OVO, produk *e-money* ini digunakan untuk pembayaran yang berbasis *online* dimana konsumen akan merasakan manfaat dari produk *e-money* ini seperti meningkatkan kinerja dan meningkatkan produktivitas.

Apabila keyakinan suatu individu dalam memakai sebuah teknologi dikatakan berguna maka dia akan memakainya. Begitupun kebalikannya, jikalau teknologi yang digunakan kurang memberikan keuntungan maka hal tersebut tidak akan dipakai.

Hal ini didukung oleh penelitian Yogananda dan Dirgantara (2017), “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik” menemukan bahwa manfaat meningkatkan minat penggunaan *e-money*. Uang elektronik menawarkan manfaat dan keuntungan bagi masyarakat umum dalam melakukan pembayaran, sebagaimana dibuktikan oleh temuan penelitian, dukungan teoretis, dan penelitian sebelumnya. Akibatnya, uang elektronik semakin disukai sebagai metode pembayaran.

Persepsi kemudahan penggunaan juga mempengaruhi minat menggunakan *e-money*, pengertian persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) oleh Davis adalah: “*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of physical and mental efforts*” (Davis, 1989) dalam Syahidah (2018). Kelancaran pemakaian diartikan seperti suatu tahap atau kondisi dimana individu percaya akan dengan memakai cara terbatas tidak di perlukan usaha apapun (*free of effort*) atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dimengerti oleh konsumen. Contoh persepsi kemudahan penggunaan produk *e-money* yaitu OVO dimana penggunaan produk ini memiliki tata cara menggunakannya supaya mudah dipelajari oleh konsumennya (*easy to learn*).

Menurut penelitian Genady (2018), “Pengaruh Kenyamanan, Kegunaan, dan Promosi Uang Elektronik di Masyarakat (Studi Kasus di Provinsi DKI

Jakarta),” keputusan masyarakat untuk menggunakan uang elektronik atau tidak secara signifikan dipengaruhi oleh kenyamanannya. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Instrumen Uang Elektronik” oleh Yonanda dan Dirgantara (2017), yang juga menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat terhadap menggunakan instrumen uang elektronik, mendukung temuan tersebut.

Faktor lain adalah persepsi keamanan. Meskipun banyak manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi yang dianjurkan kepada penggunanya, banyak pengguna masih tidak ingin untuk menggunakan produk ini karena ketidakpastian dan konflik keamanan (Priambodo dan Prabawani, 2016). Keamanan adalah sesuatu kondisi yang fundamental untuk diperhitungkan dalam pemakaian suatu produk, jika tidak memperhatikan atau mempelajari suatu produk yang akan ingin digunakan maka kemungkinan besar akan terjadi risiko yang tidak diinginkan.

Penelitian Umaningsih dan Wardani (2020) “Pengaruh Persepsi kemudahan, Fitur Layanan dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-money*” menyimpulkan Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian Ramadhan (2016) “Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan *E-money*” memberikan hasil bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Bojang (2017) dalam Efendi dan Rahmiati (2020) Menyatakan Keamanan berarti penjagaan atas bahaya dimana membuat situasi, keadaan, atau kejadian dimana dapat menyebabkan kesusahan keuangan atas data atau sumber daya jaringan

yang berwujud perusakan, penyingkapan, pengubahan data, penyangkalan layanan, pembohongan, penghabisan, dan penggelapan.

Penerbit uang elektronik (*e-money*) perlu mempertimbangkan faktor keamanan ini untuk meminimalkan persepsi masyarakat terhadap risiko negoisasi akan mungkin kedapatan, alasan negoisasi dilangsungkan secara virtual dirancang untuk menghindari kekhawatiran penggunaan uang elektronik. Waktu melakukan negoisasi yaitu memakai uang elektronik. Faktor risiko yang mungkin dihadapi oleh pengguna *e-money* antara lain kesalahan memasukkan angka atau kode saat mengisi ulang *e-money* karena kegagalan pemakai (*human error*), atau sarana yang kurang optimal dan terkonsentrasi hanya di kota-kota. Penggunaan dari teknologi memberikan dampak positif terhadap teknologi yang disampaikan, namun persepsi negatif muncul dari penggunaan teknologi. Artinya, persepsi negatif muncul setelah pengguna mencoba teknologi atau mengalami pengalaman tidak menyenangkan saat menggunakannya.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengambil judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik (Studi Kasus Pedagang di Desa Semayang Kec. Sunggal)

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih sedikitnya masyarakat khususnya para pedagang yang belum mengetahui *E-money*.

2. Terdapat beberapa faktor penghambat penggunaan *E-money* untuk pedagang itu sendiri, seperti dalam transaksi pembayaran, dimana kebanyakan pelanggannya masih menggunakan uang tunai, jadi menurut para pedagang percuma menggunakan fasilitas *e-money* dimana ini akan menambah kerepotan tersendiri baginya.
3. Kurangnya pengetahuan para pedagang untuk mengoperasikan *gadget* (perangkat elektronik).
4. Persepsi masyarakat yang terbatas tentang manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan uang elektronik.

C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini mencakup persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *E-money*, diukur dari peningkatan penggunaan *E-money* di Indonesia khususnya di daerah Sei Semayang Kec.Sunggal. Masalah yang dibatasi termasuk variabel, lokasi penelitian dan waktu penelitian.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dalam penyusunan proposal skripsi ini, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang diteliti sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Money*?
2. Apakah persepsi kemudahan dalam penggunaan (*E-money*), berpengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik?

3. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik (*E-money*)?
4. Apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan uang elektronik?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi manfaat *E-money* terhadap minat penggunaan *E-money*.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan *E-money* terhadap minat menggunakan *E-money*.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *E-money*.
- d. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan secara simultan terhadap minat menggunakan *E-money*.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sarana untuk mempraktekkan perkembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian dan memperluas wawasannya untuk berpikir secara kritis dan sistematis terhadap isu-isu yang muncul dalam kaitannya dengan ekonomi.

- b. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk melengkapi penelitian terkait penelitian yang mempengaruhi penggunaan uang elektronik dan memberikan wawasan kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Pancabudi.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Priambodo dan Prabawani (2016) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik” (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) sedangkan penelitian ini berjudul “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan fasilitas *E-money*” (Studi kasus pada masyarakat di Kota Magelang). Pada pengkajian ini terdapat beberapa yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada :

- a. Jumlah observasi/sampel : pengkajian sebelumnya sampelnya berjumlah 100 orang sedangkan penelitian ini sampelnya berjumlah 83 orang/responden..
- b. Waktu penelitian : penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2016 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022.

Lokasi penelitian : penelitian terdahulu dilakukan di daerah Semarang sementara pengkajian ini dikerjakan di daerah Sei Semayang Kec.Sunggal

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Theory of Planned Behaviour (TPB)*

Ajzen (1991) dalam Mentari (2017) mengembangkan teori perilaku rasional menjadi teori lain, yaitu perilaku terencana, menunjukkan hubungan perilaku yang dipaksakan individu untuk bereaksi terhadap objek tertentu. Penyebab pokok pada istilah TPB (*Theory of Planned Behavior*) yaitu kemauan individu dalam melakukan tindakan, dan kemauan adalah kekuatan keinginan seseorang untuk melakukan tindakan, atau kemampuan untuk melakukan tindakan tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan sebanyak apakah cara saat dikeluarkan untuk mencapainya (Kurniawati & Toly, 2014).

Secara umum, bertambah kuat kemauan suatu individu dalam bertindak, maka peluang keberhasilan akan tindakan itu dapat diraih atau dilakukan (Ajzen, 1991). Teori TPB (*Planned Behavior Theory*) secara situasional berurusan dengan besarnya kendali yang sebenarnya hak suatu individu. Akan tetapi pernyataan ini menyoroti kemungkinan dampak kendali sikap yang dirasakan saat mencapai arah sikap. Apabila kemauan mengarah kemauan individu akan melakukan tindakan terbatas, maka kendali yang dirasakan akan memikirkan apa yang mungkin dan realistis. Keputusan kemudian tercermin dalam tujuan tindakan. Menurut Ajzen dan beberapa pengkaji lainnya, ini selalu menjadi pandangan kuat tentang bagaimana kita akan berpisah dalam situasi tertentu (Ajzen, 1991). Menurut Kurniawati & Toly (2014) 3 jenis alasan yang dapat mempengaruhi perilaku yang dilakukan individu:

1. Keyakinan perilaku adalah keyakinan akan konsekuensi dari suatu tindakan dan penilaian atau penilaian atas konsekuensi dari tindakan tersebut. Keyakinan dan evaluasi atau evaluasi konsekuensi perilaku membentuk variabel konfigurasi (sikap).
2. Keyakinan normatif adalah keyakinan individu tentang harapan normatif bahwa individu atau orang penting lainnya, seperti anggota keluarga, teman, atasan, akuntan, menyetujui atau tidak menyetujui tindakan tertentu. Ini membentuk norma subyektif variabel (*subjective norm*). Dari penguraian tersebut dapat dinyatakan yaitu keyakinan normatif adalah desakan atau tekad yang berasal dari luar diri suatu individu (orang lain) dan berdampak terhadap sikap suatu individu.
3. Kendalikan keyakinan individu berdasarkan kejadian masa lalu tentang sikap dan faktor-faktor serta hal-hal yang membantu atau melarang persepsi tentang perilaku tersebut. Keyakinan ini merupakan variabel pengendalian sikap yang dirasakan (*perceived behavioral control*).

Berlandaskan penjelasan di atas, larangan bisa terjadi dihadapi suatu tindakan dapat berasal dari dirinya sendiri maupun orang-orang di sekitarnya. Sebelum seseorang membuat sesuatu, dia mempunyai keteguhan terhadap hasil dari tindakan tersebut. Ketika orang melakukan sesuatu, mereka mempunyai harapan normatif tentang penggunaan uang elektronik dan keyakinan tentang motivasi mereka untuk memenuhi harapan tersebut (keyakinan normatif).

2. Perkembangan Sistem Pembayaran di Indonesia

Pada tahun 2007 muncul istilah baru dalam sistem pembayaran Indonesia Uang elektronik atau uang elektronik. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT),

Diperkenalkan oleh BI pada Agustus 2014, yaitu penggunaan kas sosial berupa pengurangan transaksi uang fisik atau penggunaan uang fisik sebagai mata uang non tunai).

Peran serta bentuk alat tukar uang dari waktu ke waktu telah mengalami perubahan. Hal ini dapat dilihat melalui perkembangan metode pelunasan. Miskhin (2008), dalam bukunya N Lubis (2019), mendefinisikan evolusi sistem pembayaran sebagai cara negosiasi dilangsungkan dalam perekonomian. Metode pelunasan berubah seiring waktu, seperti halnya pembayaran yang setara dengan uang. Miskhin dalam buku N Lubis (2019) Ia juga berpendapat bahwa sistem pembayaran akan memiliki dampak signifikan pada definisi uang di masa depan. Ini dimulai dengan uang komoditas (uang komoditas), di mana uang itu terdiri dari logam mulia atau komoditas lain yang bernilai, seperti emas dan perak. Uang komoditas telah menjadi alat pembayaran terpenting di antara orang-orang sejak zaman kuno, dengan pengecualian manusia primitif. Tentu saja, uang komoditas ini memiliki kelemahan dan masalah. Uang komoditas tidak hanya berat, tetapi juga sulit untuk diangkut dalam jumlah besar, terutama jika berurusan dengan transaksi besar. Setelah itu, uang tiba dalam bentuk kertas yang disebut mata uang fiat. Jenis mata uang ini adalah uang kertas yang disebarkan oleh pemerintah untuk alat pelunasan yang sah tidak bisa diubah menjadi koin atau logam mulia. Koin memiliki keuntungan menjadi ringan. Namun, jenis uang ini bisa dikatakan untuk media pelunasan jika yang berwenang menerbitkan kredibel. Uang kertas, seperti halnya koin, memiliki kekurangan yaitu mudah dicuri dan sangat mahal untuk diangkut dalam jumlah banyak. Untuk mengatasi masalah kelemahan

instrumen pembayaran sebelumnya, muncul sebuah cek yang menandai babak baru dalam perkembangan sistem pembayaran. Cek juga merupakan hasil perkembangan perbankan modern.

Pengertian cek sendiri adalah perintah dari pihak pertama kepada bank pihak pertama untuk mentransfer uang dari rekening pihak pertama ke rekening pihak kedua dalam rangka pemenuhan cek yang diterima dari pihak kedua. Cek mengatasi kelemahan uang logam dan uang kertas, yang mahal untuk diangkut dalam jumlah besar. Formulir cek hanyalah selembar kertas yang dapat digunakan untuk transaksi besar tanpa harus membawa uang dalam jumlah besar. Penemuan cek merupakan inovasi yang dapat meningkatkan efisiensi sistem pembayaran. Keuntungan lain dari cek adalah bahwa cek mengurangi kerugian jika terjadi pencurian dan memberikan bukti pembelian yang nyaman. Tetapi ada juga masalah/kelemahan kontrol. Pertama, terutama dalam situasi di mana pembayaran cepat diperlukan, pengiriman cek membutuhkan waktu lebih lama jika pihak pertama dan kedua berada di lokasi yang berbeda. Kedua, upaya administratif yang sangat besar yang terlibat dalam pembayaran cek. Tahap selanjutnya dalam perkembangan sistem pembayaran adalah era teknologi yang mulai maju dan berkembang. Pembayaran elektronik telah menjadi populer karena penyebaran Internet dan penurunan biaya komputer pribadi. Ini juga ekonomis dan praktis. Adapun metode pelunasan elektronik yaitu e-money serta e-banking. E-banking meancarkan nasabah dalam melakukan transaksi. Tidak ada antrian di cabang dan tidak ada beban ongkos kirim untuk mengirim cek. Pelanggan cukup buka komputer, klik, dan transaksi selesai. Apalagi saat ini yang disebut hape pintar telah muncul,

memungkinkan Anda untuk berdagang kapanpun, di manapun. Jenis pembayaran elektronik yang kedua adalah uang elektronik (*electronic money*). Uang elektronik menggantikan posisi kas dalam sistem pembayaran. Salah satu bentuk uang elektroniknya adalah kartu dengan chip.

E-money membuat belanja lebih mudah tanpa uang tunai dalam jumlah besar. Cukup pegang kartunya, geser, dan transaksi selesai. Jumlah pembelian akan dipotong langsung dari saldo kartu Anda, jadi tidak diperlukan penukaran mata uang. Namun, metode pembayaran uang elektronik memiliki kelemahan, yang berkontribusi pada kelanjutan penggunaan uang tunai di masyarakat. Artinya, keamanan baik uang maupun data atau informasi nasabah yang terdapat dalam uang elektronik dengan mempertimbangkan keamanan pribadi masyarakat. Karena saat ini banyak terjadi kejahatan berbasis teknologi yang disebut *cybercrime*.

Bank Indonesia menyatakan alat pembayaran di Indonesia berkembang sangat pesat dan maju. Jika kita melihat kembali sejarah pembayaran masa lalu yaitu sistem barter antarbarang yang diperjualbelikan. Hanya saja masalah muncul ketika dua orang ingin bertukar tidak sepakat dengan nilai pertukarannya atau salah satu pihak tidak terlalu membutuhkan barang yang akan ditukar. Dalam perkembangannya, alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai menjadi alat pembayaran nontunai seperti alat pembayaran berbasis kertas seperti cek dan giro yang diproses dengan mekanisme *kliring/settlement*. Juga dikenal sebagai instrumen pembayaran tanpa kertas. Contohnya antara lain transfer uang elektronik dan metode pelunasan menggunakan kartu kredit, kartu debit, kartu Prabayar dan

kartuATM(berbasiskartu).Sumber:(https://www.bi.go.id/id/fungsiutama/sistem_pembayaran/default.aspx).

Dengan Demikian Perkembangan sistem pembayaran di Indonesia telah membuat peralihan gelombang digitalisasi dan penetrasinya ke kehidupan masyarakat yang mengubah secara drastis perilaku masyarakat. Instrumen alat pembayaran pun semakin bervariasi dengan kehadiran uang elektronik berbasis kartu (*chip based*) maupun peladen/server (*server based*). Pola konsumsi masyarakat pun mulai bergeser dan menuntut pembayaran serba *mobile*, cepat serta aman melalui berbagai *platform* antara lain, *web*, *mobile*, *Unstructured Supplementary Service Data (USSD)* dan *SIM Toolkit (STK)*.

3. Pengertian Uang Elektronik

Kebijakan BI No. 20/6/PBI/2018 terkait *e-money*, yaitu metode pelunasan adapun untuk memenuhi ketentuan diantaranya yaitu:

- a. Diberlakukan berdasarkan perhitungan moneter yang dibayarkan di muka kepada penerbit.
- b. Jumlah Moneter dicadangkan secara elektronik di server media atau chip.
- c. Jumlah *electronic money* yang diatur pembuat tidak merupakan cadangan berdasarkan undang-undang perbankan.

Rifaai (2001) dalam Azizi (2019) Pengertian uang elektronik dimana dapat diartikan yaitu alat peunasan elektronik yang didapatkan dengan terlebih dahulu menyeter sejumlah uang tertentu secara langsung atau melalui penerbit kepada penerbit atau dengan mendebetnya dari rekening bank. Jumlah uang ini adalah nilai untuk uang. Media *e-money* berdenominasi Rupiah dan digunakan

untuk transaksi pembayaran dengan cara mendevaluasi mata uang secara langsung pada media *e-money*.

elektronik mengacu pada artian uang elektronik yang dikeluarkan oleh *Bank for International Settlements*. “Produk prabayar atau prabayar yang memiliki catatan dana atau aset yang disediakan untuk pengguna pada instrumen elektronik milik pengguna” (sebagai konsumen).

4. Karakteristik Uang Elektronik

Menurut Bank Indonesia (2006), uang elektronik secara umum memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Nilai moneter yang tercatat dalam instrumen uang elektronik, atau yang sering disebut dengan nilai simpanan, semakin berkurang karena konsumen menggunakan uang elektronik dalam melangsungkan negosiasi pelunasan.
- b. Dana yang disimpan dalam uang elektronik sepenuhnya berada di bawah kendali pemakai.
- c. Waktu keberlangsungan negoisasi, dana dapat ditransfer secara *offline* ke terminal merchant dalam bentuk nilai elektronik uang elektronik konsumen. Dalam hal ini, verifikasi di tingkat pengecer (POS) sudah cukup tanpa memerlukan koneksi *online* ke komputer peserta pameran.

5. Jenis-Jenis Uang Elektronik

Berdasarkan peraturan BI PBI No. 16/8/PBI/2014 tentang uang elektronik dijelaskan bahwa merujuk catatan data identitas pemilik uang elektronik dapat dibedakan menjadi dua jenis. Artinya, ada uang elektronik yang informasi identitas pemegangnya terdaftar/terdaftar (*registered*) pada penerbitnya, dan

uang elektronik yang informasi identitas pemegangnya tidak terdaftar/tidak terdaftar.

Tabel 2. 1 Fasilitas Uang Elektronik *Registered* dan *Unregistered*

<i>Registered</i>	<i>Unregistered</i>
Pendaftaran pemilik	Pembelian Ulang (Top Up)
Pengisian Ulang (Top Up)	Pelunasan negoisasi
Pelunasan negoisasi	Pelunasan Tagihan
Pembayaran Tagihan	Layanan lain atas dasar persetujuan BI
Tranfer Dana	
Kas	
Layanan lain atas dasar persetujuan BI	

Sumber: Kebijakan BI No.16/8/PBI/2014

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014, *e-money* juga diklasifikasikan menjadi dua jenis berdasarkan tempat penyimpanan dana *e-money*.

- a. Uang elektronik berbasis kartu atau chip Apabila nilai dana uang elektronik tercatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit, maka tercatat pula pada media elektronik yang dikelola oleh pemegangnya. Sistem pencatatan ini dapat dilakukan dengan *e-money* berbasis kartu atau *chip* dan transaksi dapat dilakukan secara *offline*.
- b. Nilai dana pemegang *e-money* berbasis server disimpan dalam database penerbit, dan pada saat melakukan transaksi, pengguna wajib mengirimkan nomor password yang diperlukan, nilai transaksi, dan menerima nomor token transaksi. Saya butuh media berupa gadget nya. Jenis sistem pencatatan ini ditemukan di *e-money* berbasis server dan hanya dapat diluncurkan secara *online*.



Sumber: Diolah peneliti (2022)

Gambar 1.1 Produk-produk uang elektronik

6. Jenis-Jenis Transaksi Pada Uang Elektronik

Menurut Bank Indonesia (2006), jenis transaksi uang elektronik (*e-money*) yang umum adalah:

- a. Penerbit dan *top-up* Emiten dapat terlebih dahulu memasukkan nilai moneter ke dalam media uang elektronik sebelum menjual kepada pemegang. Selain itu, pemegang uang elektronik dapat melakukan *top up*. Ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti menyetor uang tunai, menarik uang dari rekening bank, atau mengisi ulang dari terminal yang dilengkapi khusus oleh penerbit.
- b. Transaksi Pembayaran Uang elektronik (*e-money*) transaksi pembayaran terutama melibatkan transfer nilai moneter dalam bentuk barang dan data elektronik antara pemegang *e-money* dan pedagang menggunakan protokol tertentu untuk pertukaran.

1. Transfer

Transaksi *e-money* adalah fungsi pengiriman nilai uang antar pemegang *e-money* melalui terminal yang dilengkapi dengan peralatan khusus.

2. Penarikan Tunai

Penarikan Tunai adalah fungsi penarikan tunai dari nilai *e-money* yang disimpan dalam media *e-money* pemilik yang dapat dilakukan oleh pemilik *e-money* setiap saat.

3. Pengembalian atau Pelunasan

Pengembalian uang atau *redemption* adalah nilai uang elektronik yang dibuat oleh pemiliknya pada saat tidak digunakan, atau pada saat masih tersisa pada saat pemilik selesai menggunakan uang elektronik, yaitu menukar nilai uang elektronik kepada penerbit. Segala sesuatu yang dilakukan *Merchant* saat menukarkan nilai uang atau kadaluarsa atau uang elektronik yang diterima dari pemegang transaksi barang dagangan.

Tabel 2 2 Perbedaan Uang Elektronik Dengan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Lainnya

Uang Elektronik	(APMK) Lainnya
Jumlah yang tertera tercadangkan dalam alat sarana elektronik	Penulisan jumlah uang tidak berlaku pada alat kartu
uang seutuhnya berada dalam kekuasaan pemilik	Uang seutuhnya berada dalam genggam bank
Negoisasi pelunasan dilakukan secara offline kepada pembuat	Negoisasi pelunasan ditetapkan secara online kepada pembuat

Sumber: Azizi (2019)

7. Pihak-Pihak Dalam Penyelenggaraan Uang Elektronik

Berdasarkan kebijakan BI No. 16/8/PBI/2014, beberapa bidang yang ikut dalam pengelolaan uang elektronik adalah:

- a. Pengelola adalah pihak yang mengelola uang elektronik.
- b. Pengguna yaitu orang yang menggunakan uang elektronik.
- c. *Acquirer* adalah pihak yang bekerja sama dengan penyedia barang atau jasa untuk mengeporasikan negoisasi uang elektronik yang diberlakukan oleh

pihak selain pihak yang bekerja yang terkait dan bertanggung jawab untuk memproses pembayaran kepada penyedia barang atau jasa. adalah.

- d. Prinsipal adalah bidang yang berwenang atas pengiriman data negoisasi uang elektronik melalui jaringan, penjumlahan hak dan kewajiban, pemrosesan pelunasan, dan penetapan mekanisme dan prosedur bisnis antara anggota yang bertindak sebagai penerbit dan/atau entitas. . Bertindak sebagai pengakuisisi transaksi uang elektronik.
- e. Penyelenggara bursa adalah entitas yang kegiatan penyediaan infrastrukturnya bertindak sebagai pusat atau jendela transfer data lalu lintas pembayaran *e-money*.
- f. Pembuat *Kliring* adalah pihak yang menghitung hak dan kewajiban finansial setiap pembuat dan pengakuisisi sesudah negoisasi uang elektronik dilaksanakan.
- g. Penyelenggara Penyelesaian Akhir adalah bidang yang melaksanakan dan berwenang atas penyelesaian akhir hak dan kewajiban finansial masing-masing Penerbit dan/atau *Acquirer* atas dasar hasil penjumlahan Penyelenggara Kliring.
- h. Pihak yang menjual barang atau jasa yang menerima pembayaran dari pengguna disebut Penyedia barang atau jasa (*merchant*).
- i. Penyelenggara Penunjang adalah pelaksanaan pemrosesan transaksi pembayaran dalam pengertian Peraturan Perbankan Indonesia.

8. Kelebihan dan Kelemahan Uang Elektronik

Pertama, ini memungkinkan Anda untuk melakukan berbagai macam transaksi tanpa harus membawa banyak uang fisik. Kedua, Anda hanya perlu

mengurangi nilai *e-money* Anda sesuai dengan jumlah transaksi, sehingga Anda dapat melakukan transaksi lebih cepat tanpa menghitung tagihan. Namun, ada juga kekurangan uang elektronik. Pertama, uang elektronik hanya dapat digunakan di *merchant* yang berafiliasi dengan penerbit, sehingga tidak dapat digunakan dalam semua transaksi. Kedua, jika pengguna kehilangan kartu atau perangkat yang digunakan untuk menyimpan uang elektronik, mereka berisiko kehilangan semua uangnya.

Menurut Mada Arynugraha, konsul Ardana *Consulting* untuk majalah Tabloid Nova (2018), ia mengatakan manfaat menggunakan *e-money*:

- a. Uang elektronik membuat transaksi menjadi lebih mudah dan cepat. Misalnya saat mengantri di pintu tol atau berkendara menuju Transjakarta. Pembayaran di gardu tol cenderung lebih cepat karena lebih sedikit orang yang menggunakan uang elektronik dan tidak perlu repot mengantri.
- b. *E-money* sangat fleksibel dan Anda tidak perlu membawa uang tunai. Dana memudahkan pengelolaan pengeluaran. Ini bisa berupa barang yang diangkut atau disediakan makanan.
- c. Uang elektronik juga sangat nyaman bagi pengguna yang menghabiskan banyak uang dan kesulitan melacak pengeluarannya. Ketika dana habis, isi ulang saja sesuai anggaran Anda. Pastikan pengeluaran terkendali, bukan hanya penarikan kartu.
- d. Penerbitan uang elektronik untuk supir dan pekerja rumah tangga untuk membeli bensin, parkir, dan berbelanja di supermarket juga efektif karena memudahkan pengurusan.

- e. contoh Keuntungan lain dari *e-money* adalah transaksi memakan waktu lebih sedikit dibandingkan dengan transaksi kartu debit, kartu kredit atau ATM. Ini karena tidak perlu verifikasi online, tanda tangan atau entri kode PIN untuk menggunakan *e-money*. Perdagangan *offline* dapat mengurangi biaya. Selanjutnya, nilai elektronik dapat diisi ulang ke dalam kartu uang elektronik dengan berbagai fasilitas yang disediakan oleh penerbit. Perkembangan uang elektronik bukan karena BI, melainkan pertumbuhan IPTEK dan komunikasi telah menguasai pasar penggunaan uang elektronik. Uang elektronik telah digunakan sebagai cara cepat dalam pelunasan segmen mikro yakni pelunasan tol dan tiket. Uang elektronik menawarkan kelancaran dan kecepatan negoisasi.

Di sisi lain, uang elektronik memiliki kelemahan sebagai berikut.

- a. Kesulitan dalam memeriksa saldo rekening jarang terjadi pada uang elektronik. Dengan demikian, ketika konsumen melakukan pembayaran, mereka mungkin tidak menyadari bahwa saldo mereka telah habis. Misalnya, saat membayar tol di pintu tol, pengemudi tidak mengetahui bahwa pulsanya telah habis dan harus meminta bantuan petugas. Akibatnya, transaksi akan terganggu.
- b. Tidak banyak pedagang yang menawarkan uang elektronik di Indonesia. Hal ini membuat kartu kurang optimal bagi yang memiliki *e-money*. Beberapa pedagang yang sudah menggunakan uang elektronik, seperti perusahaan taksi, juga dapat menyembunyikan alat ini dari pengemudi mereka. Mengapa mereka tidak dapat menghasilkan lebih banyak uang. Ada surplus yang bisa diterima sebagai lawan dibayar tunai.

- c. Selain itu, kerugian dari uang elektronik adalah jika Anda kehilangan kartu Anda, Anda juga akan kehilangan uang Anda. Tidak seperti ATM, bahkan jika Anda kalah, akun Anda dapat diblokir dan uang Anda tetap di tempatnya. Uang elektronik, di sisi lain, tidak dapat diblokir dan tidak dapat diklaim. Namun, kartu tersebut tidak menggunakan PIN, sehingga siapa pun yang menemukan kartu tersebut dapat menggunakannya.
- d. Tidak ada PIN yang diberikan dan kartu tidak berisi nama pemilik, hanya data saldo rekening. Oleh karena itu, mudah bingung atau tersesat dalam proses pengembalian yang sulit.

9. Perilaku Konsumen

Dalam Emawati (2018), Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) berpendapat bahwa sikap pengguna yaitu perilaku langsung untuk memperoleh, menghabiskan, dan memakai produk dan jasa, serta perilaku sebelum dan sesudah perilaku tersebut. Ini menyatakan bahwa itu termasuk proses pengambilan keputusan. Di sisi lain, menurut Solomon (2011), "Ini adalah studi tentang proses dimana individu atau kelompok bertindak, membeli, memakai, atau membuang produk, layanan, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka." Ternyata artinya kurang lebih perilaku konsumen. Ini mencakup banyak bidang seperti penelitian partisipatif, proses dimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau menjual produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dari pemahaman kita tentang perilaku konsumen sampai saat ini, perilaku konsumen mengacu pada kekhususan individu atau organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai aspek internal dan eksternal yang memandu mereka

dalam memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang mereka inginkan. *American Marketing Association* (AMA) mengartikan sikap pengguna dalam arti hubungan yang berjalan antara dampak dan kognisi, sikap, dan peristiwa di lingkungan kita di sekitar kita di mana manusia melaksanakan aspek pertukaran dalam hidup mereka. John dan Michael (2002) dalam Emawati (2018) menyatakan perilaku konsumen dimaksud yaitu studi terhadap unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan penjualan barang, jasa, pengalaman dan ide. .

Dari berbagai definisi di atas, peneliti meyakini bahwa perilaku konsumen dimulai dengan proses menemukan, memilih, memperoleh, mengkonsumsi, mengkonsumsi, dan mengevaluasi produk atau jasa yang diharapkan konsumen, dan bahwa konsumen individu dapat disimpulkan bahwa itu mencakup semua perilaku. konsumen maupun konsumen kelompok. memenuhi kebutuhan mereka.

10. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Berikut ini beberapa faktor yang mempengaruhi sikap pengguna suatu produk. Sebagai berikut:

a. Faktor budaya

Pengertian budaya terlalu banyak dan terdiri dari berapa bagian, dengan berbagai faktor budaya yang berdampak terhadap sikap pemakai saat membeli produk. Elemen-elemen ini adalah:

1. Budaya ini adalah elemen dasar dari keinginan dan perilaku. Setiap budaya terdiri dari subkultur yang lebih kecil yang menawarkan lebih banyak

karakteristik dan sosialisasi khusus kepada anggotanya. Subkultur terdiri dari negara, agama, kelompok ras, wilayah geografis, dll.

2. kelas sosial: kelas sosial terdiri dari anggota setiap kelas sosial yang cenderung berperilaku lebih sama, dengan anggota kelas sosial lain yang dianggap lebih tinggi. Atau di bawah kelas sosial Anda. Kelas sosial seseorang ditetapkan oleh beberapa variabel seperti pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Akhirnya, kelas sosial memberi dampak daya beli dan minat produk anggota kelas. Budaya mengacu pada seperangkat nilai, ide, objek, dan simbol bermakna lainnya yang membantu orang berinteraksi, menafsirkan, dan memahami sebagai anggota masyarakat.

b. Faktor sosial

Faktor sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari :

1. Kelompok individu: individu dimana terbagi atas keseluruhan organisasi dimana mempunyai dampak kepada sikap atau perbuatan suatu individu.
2. Keluarga: komponen keluarga adalah komponen afinitas terutama yang paling berdampak. Dalam kehidupan seorang pembeli, dua keluarga dapat dibedakan: keluarga orientasi, yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung.
3. tugas dan kedudukan: seluruh orang pernah bergabung terhadap beberapa kelompok sepanjang hidupnya, apakah di dalam keluarga, klub, organisasi, dan lain-lain. Kualitas suatu individu dalam grup bisa dibuktikan atas dasar tugas dan kualitas. Tugas yakni hal yang diinginkan untuk dilaksanakan suatu individu dan masing-masing tugas tersebut akan menghasilkan kualitas.

c. Faktor pribadi

Keputusan dalam memakai suatu produk juga berdampak ciri-ciri pribadi, sebagai berikut :

1. Tingkat dan Umur Peredaran Hidup: Umur mempunyai dampak besar pada kebutuhan
2. Pemakaian juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga, seperti konsumsi makanan, pakaian, barang-barang rumah tangga.
3. Ketenagakerjaan dan Wilayah Ekonomi
4. *Life style*: Gaya hidup suatu individu dituangkan dalam kegiatan, keinginan, seras pendapat mereka. Pola hidup mengilustrasikan seluruh manusia yang berinteraksi dengan lingkungan.
5. Konsep Diri dan Kepribadian: Kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang membedakannya dari orang lain dan menimbulkan reaksi jangka panjang yang relatif konsisten terhadap lingkungannya.

d. Faktor Psikologis

1. Motivasi : Kekuatan pendorong yang mendorong seseorang untuk bertindak.
2. Pandangan: Proses digunakan orang untuk memilih, mengatur, dan menginterpretasikan input informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang bermakna.
3. Pembelajaran: termasuk perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
4. Keteguhan dan moral: keteguhan adalah gambaran pemikiran seseorang tentang sesuatu. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan emosional dan

kecenderungan tindakan yang disukai atau tidak disukai dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan.

11. Persepsi Manfaat

Kotler (2012) dalam Pratama (2022) Persepsi yaitu suatu tahapan dalam menilai, menyusun, dan menafsirkan informasi petunjuk untuk mewujudkan ilustrasi alam yang bermakna. Menurut Solomon (2016) dalam Pratama (2022), persepsi adalah tahap pada saat penerimaan informasi suatu individu akan menilai, mengurutkan, dan pada akhirnya disimpulkan. Persepsi bukan sekedar bergantung atas stimulus kondisi, namun juga pada kaitan antara stimulus dan medan di sekitarnya, dan pada keadaan kita masing-masing.

Menurut Jogiyanto (2019), manfaat yang dinikmati yaitu seberapa besar seorang individu yakin dalam memakai teknologi tertentu akan menambah produktivitas pekerjaan mereka. Menurut Davis (2017), manfaat yang dirasakan adalah opini subjektif pengguna tentang potensi keuntungan kinerja dari menggunakan sistem. Hal ini dapat diartikan sebagai persepsi manfaat yang berarti tahap kepercayaan individu dalam pemakaian teknologi akan menambah produktivitas mereka di tempat kerja. Menurut Rahmatsyah (2016) Kegunaan yang dirasakan adalah dapat menggunakan produk tertentu untuk melakukan kegiatan mereka menjadi lebih mudah. Performa yang disederhanakan ini memberikan manfaat yang lebih baik seperti hasil yang diperoleh lebih cepat dan memuaskan dibandingkan tanpa teknologi dalam aspek fisik maupun non-fisik.

Apabila suatu teknologi menguntungkan individu, orang lain akan menggunakannya. Orang yang percaya teknologi berguna menggunakannya. Di sisi lain, dia tidak menggunakannya jika menurutnya tekniknya tidak terlalu

berguna. Jika seseorang melihat manfaat positif dari penggunaan teknologi, orang lain akan menggunakannya. Maka sebab itu, diinginkan keberadaan teknologi ini dapat menyebarkan kegunaan bagi pengguna dan bisa memanfaatkan teknologi ini dengan banyak hal yang berguna.

Terdapat 6 (enam) indikator untuk mengukur persepsi manfaat menurut Davis (1989) dalam Priambodo dan Prabawani (2016) yaitu:

1. Pekerjaan lebih cepat selesai (*work more quickly*).
2. Memudahkan pekerjaan (*makes job easier*).
3. Meningkatkan kinerja (*job performance*).
4. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*).
5. Meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
6. Bermanfaat bagi individu (*useful*).

12. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis (1989) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan sebagai berikut: "Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak membebani secara fisik dan mental," Davis (1989) dalam Syahidah (2018). Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat atau keadaan keyakinan bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha (*is effortless*), yaitu pengguna akan dengan mudah memahami teknologi tersebut. Nasution (2004) dalam Syahidah (2018) menyatakan bahwa pengguna teknologi informasi percaya bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah digunakan merupakan ciri khas kegunaan.

Kenyamanan yang mengarahkan individu untuk percaya bahwa menggunakan sistem tidak memerlukan banyak usaha. Faktor eksternal seperti

perangkat sistem ini adalah untuk kemudahan penggunaan. Salah satu faktor dalam penerimaan atau penolakan pengguna terhadap suatu sistem berkaitan dengan bagaimana sistem itu digunakan. Pengguna cenderung menggunakan atau menghindari aplikasi yang mereka yakini akan membantu mereka bekerja.

Adam (1992) Syahidah (2018) menyatakan bahwa kekuatan penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih umum digunakan menunjukkan bahwa teknologi tersebut lebih familiar, lebih mudah digunakan, dan lebih mudah ditangani oleh pengguna. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan berarti orang percaya bahwa suatu sistem atau teknologi mudah dipahami, sehingga mengurangi waktu dan upaya yang diperlukan untuk menguasai sistem atau teknologi tersebut. Selain itu, intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih umum digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih familiar, lebih mudah digunakan, dan lebih mudah digunakan oleh pengguna (Adam et al. 1992).

Menurut Davis (1989), dalam Ernawaty dan Noersanty (2020) Beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan penggunaan, yaitu:

1. Mudah dipelajari (*easy to learn*)
2. Dapat dikontrol (*controllable*)
3. Fleksibel (*flexible*)
4. Mudah digunakan (*easy to use*)
5. Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)

13. Persepsi Keamanan

Bojang (2017) dalam Efendi dan Rahmiati (2020) menyatakan keamanan sebagai pengamanan terhadap ancaman yang mengakibatkan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menimbulkan kesulitan keuangan pada data atau sumber daya jaringan melalui penghancuran, pengungkapan, modifikasi data, penolakan layanan, penipuan, pemborosan, dan penyalahgunaan adalah contohnya ancaman terhadap keamanan. Menurut Eid (2011) dan Efendi dan Rahmiati (2020), persepsi konsumen terhadap keamanan saat bertransaksi belanja online dapat dimaknai demikian.

Menurut Royani (2018) dan Efendi dan Rahmiati (2020), konsumen percaya bahwa tingkat keamanan saat berbelanja online sangat rendah akibat meningkatnya kasus penipuan dan penyebaran informasi konsumen yang digunakan untuk membuat testimonial palsu. seperti penipuan dan pemalsuan. Selain itu, tidak adanya fitur yang memungkinkan pelanggan untuk mempelajari proses pengepakan barang hingga pesanan barang diterima di situs toko online, sehingga menurunkan kepercayaan konsumen. Persepsi keamanan konsumen berdampak pada kepercayaan terhadap pengecer *online*. Pemilik toko *online* harus dapat memberikan keamanan yang sebanding dengan transaksi dunia nyata. Keamanan tersebut dapat berupa keaslian produk yang dijual, ketepatan pengiriman barang, perlindungan hak konsumen, dan sebagainya. Kepercayaan konsumen dalam bertransaksi melalui toko *online* Firmansyah (2017) dalam Efendi dan Rahmiati (2020) meningkat ketika keamanan yang diberikan secara online pemilik toko dipersepsikan secara positif oleh konsumen. Vega (2015)

dalam Efendi dan Rahmiati (2020) menyebutkan bahwa indikator dari persepsi keamanan itu adalah:

1. Jaminan keamanan pembelian
2. Keamanan transaksi online.

14. Minat Penggunaan Uang Elektronik

Situasi individu yang dapat digunakan sebagai dasar untuk memprediksi suatu tindakan disebut sebagai minat. “Keputusan pembelian pelanggan adalah seluruh pengalaman belajar, memilih, menggunakan, dan bahkan membuang suatu produk,” menurut Kotler dan Keller dalam Priambodo dan Prabawani. (2016). Kesiapan konsumen untuk membeli atau memilih suatu produk dikenal sebagai “kesediaan konsumen”, dan secara kasar dapat diartikan sebagai kesediaan mereka untuk memilih, menggunakan, mengkonsumsi, atau bahkan menginginkan produk tersebut. Budaya, sosial, pribadi, dan faktor psikologis memiliki dampak yang signifikan terhadap pembelian konsumen. Motivasi, pembelajaran, persepsi, keyakinan, dan sikap adalah beberapa faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian. Faktor-faktor seperti persepsi, keyakinan, dan sikap dapat berdampak pada pengambilan keputusan dengan cara tertentu. yang mengarah ke niat pembeli akhir. Ada minat yang bertahan lama pada subjek atau bidang atau hal tertentu pada orang yang mengalaminya, dan rasa senang di bidang atau hal yang dijelajahi seseorang. memberi. Pengukur minat menurut Jogiyanto (2007) dalam Priambodo dan Prabawani (2016) sebagai berikut:

1. Keinginan untuk menggunakan.
2. Selalu mencoba menggunakan.

3. Berlanjut dimasa yang akan datang.

B. Penelitian sebelumnya

Penelitian ini tidak dapat dijabarkan dari pengkajian yang dilangsungkan oleh pengkaji sebelumnya dan dimaksudkan untuk menyempurnakan penelitian yang sedang berjalan, yang meliputi perbandingan dengan penelitian sebelumnya. Rangkuman kesimpulan sebelumnya yang dilangsungkan oleh pengkaji dalam masa pengkajian ini:

Tabel 2. 3 Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil
1	Andreas Septa Yogananda, Made Bayu Dirgantara (2017)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.	Persepsi Manfaat (x_1). Persepsi Kemudahan Penggunaan (x_2). Persepsi Kepercayaan (x_3). Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik (y).	analisis regresi berganda dengan program <i>Statistical Package for Social Science</i> (SPSS).	Menyimpulkan Bahwa Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Kepercayaan berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat untuk Menggunakan instrumen Uang Elektronik.
2	Singgih Priambodo, Bulan Prabawani (2016)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik. (Study Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)	Persepsi Manfaat (x_1). Persepsi Kemudahan Penggunaan (x_2). Persepsi Risiko (x_3). Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (y).	Teknik analisis dengan menggunakan bantuan program software SmartPLS 2.0 M3 yang terdiri dari evaluasi outer model dan inner model.	Menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki sifat negatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik.

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil
3	Dien Ilham Genady (2018)	Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik di masyarakat. (study kasus di Provinsi DKI Jakarta)	Pengaruh Kemudahan (x_1). Pengaruh Kemanfaatan (x_2). Pengaruh Promosi Uang elektronik (x_3). Keputusan Penggunaan Uang Elektronik (y).	Metode analisis Kuantitatif Deskriptif.	Menyatakan Kemanfaatan Uang elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan uang Elektronik dimasyarakat.
4	YAL Aritonan g, A Arisman (2017)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat menggunakan E-money (Studi kasus pada pengguna Go- pay)	Pengaruh Persepsi Kemudahan (x_1). Peesepsi Manfaat (x_2). Minat Menggunakan Uang Elektronik (y).	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda.	kesimpulan pada penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kemudahan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna, baik secara parsial maupun simultan.
5	WP Umaning sih, DK Wardani (2020)	Pengaruh Persepsi kemudahan, Fitur Layanan dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan <i>E-money</i>	Pengaruh Persepsi Kemudahan (x_1). Peesepsi Fitur Layanan (x_2). Persepsi Keamanan (x_3). Minat Menggunakan Uang Elektronik (y).	Metode penelitian Kuantitatif.	persepsi kemudahan dan keamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan e- money, sedangkan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan e- money.
6	AF Ramadh an (2016)	Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan <i>E-money</i>	Persepsi Manfaat (x_1). Persepsi Kemudahan Penggunaan (x_2). Persepsi Keamanan (x_3). Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (y).	Metode analisa data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda	Pengujian hipotesis memberikan hasil bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap variable minat penggunaan

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil
7	MA Wibowo, S Suryoko (2018)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif dan Kepercayaan Terhadap keputusan penggunaan Produk <i>E-money</i> (Studi Kasus pada Penggunaan Layanan Go Pay di kota Jakarta)	Pengaruh Manfaat (x_1). Persepsi Tarif (x_2). Persepsi Kepercayaan (x_3). Keputusan penggunaan Uang Elektronik (y).	Metode Penelitian Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara signifikan secara bersama- sama memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan.
8	C Candy, IM Noviany, MI Sari (2022)	Pengaruh Kegunaan, Keandalan, dan Fungsionalitas Terhadap Efisiensi Pembayaran <i>E- Money</i>	Pengaruh Kegunaan (x_1). Pengaruh Keandalan (x_2). Pengaruh Fungsionalitas (x_3). Efisiensi Pembayaran Uang Elektronik (y).	Metode Penelitian Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara signifikan secara bersama- sama memiliki pengaruh terhadap efisiensi Pembayaran <i>E- money</i> .
9	A Iliyini, W Widiarta nto (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT Visinet Data Internasional (Studi Pada pengguna OVO Di Kota Surakarta)	Persepsi kemudahan (x_1). Persepsi keamanan (x_2). Keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (y).	Metode penelitian Kuantitatif	persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan OVO pada pengguna di Surakarta.

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil
----	--------------------	-------	----------	--------------------	-------

10	AB Pratama, IDGD Suputra (2019)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik	Persepsi Manfaat (x_1). Persepsi Kemudahan Penggunaan (x_2). Tingkat Kepercayaan (x_3). Kminat Menggunakan Uang Elektronik (y).	analisa yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi linear berganda dengan bantuan komputer SPSS.	Hasil penelitian ini membuktikan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik.
----	---------------------------------	--	--	--	---

Sumber: diolah Peneliti (2022)

C. Kerangka Konseptual

1. Persepsi Manfaat terhadap Minat menggunakan *E-money*

Menurut Davis (2017), manfaat yang dirasakan adalah opini subjektif pengguna tentang potensi keuntungan kinerja dari menggunakan sistem. Hal ini dapat diartikan sebagai persepsi manfaat yang berarti tahap kepercayaan individu dalam pemakaian teknologi akan menambah produktivitas mereka di tempat kerja.

Studi Yogananda dan Dirgantara (2017) menunjukkan bahwa profit berdampak positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Genady (2018) yang juga menunjukkan bahwa profit berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Manfaat yang dirasakan adalah keyakinan yang meyakinkan seseorang/individu bahwa mereka tertarik untuk menggunakan suatu produk dan dapat diasumsikan:

H₁. Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-Money.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat menggunakan *E-money*

Dalam mempengaruhi uang elektronik, kenyamanan adalah faktor yang sangat penting. Hal ini karena orang akan lebih tertarik untuk menggunakan sesuatu jika lebih mudah digunakan Nasution (2004) dalam Syahidah (2018) menyatakan bahwa pengguna teknologi informasi percaya bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah digunakan merupakan ciri khas kegunaan.

Sebuah studi oleh Genady (2018) menunjukkan bahwa kenyamanan e-money berdampak signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-money* di suatu komunitas. Temuan tersebut dibantu oleh penelitian Yonanda dan Dirgantara (2017) yang menyimpulkan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan instrumen *e-money*.

Kemudahan penggunaan uang elektronik berdampak signifikan terhadap perilaku konsumen. Ini karena konsumen memilih untuk menggunakan kembali produk ketika mereka merasa nyaman dan mudah digunakan. Jadi dapat diasumsikan bahwa:

H₂. Persepsi Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-Money.

3. Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Money

Keamanan adalah salah satu faktor fundamental untuk dipertimbangkan saat memakai suatu produk, jika tidak memperhatikan atau mempelajari suatu produk yang akan ingin digunakan maka kemungkinan besar akan terjadi risiko yang tidak diinginkan.

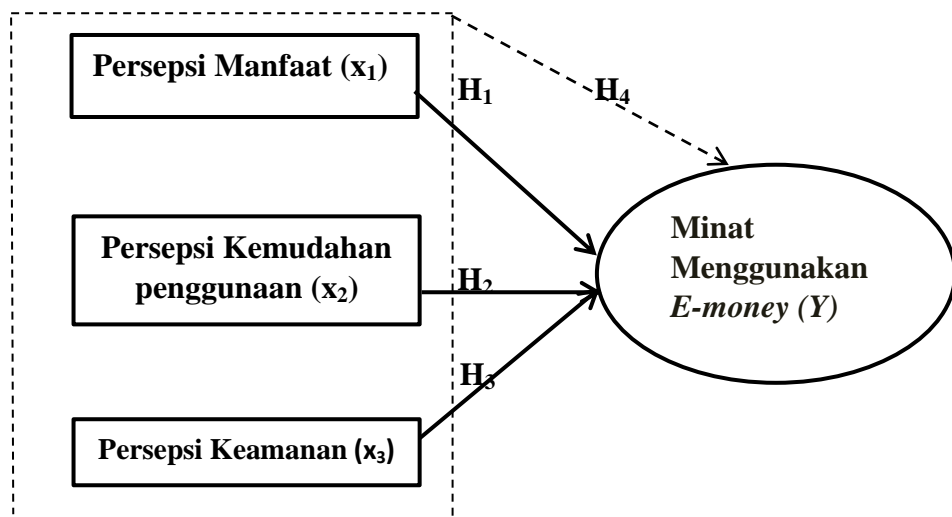
Bojang (2017) dalam Efendi dan Rahmiati (2020) menyatakan keamanan sebagai pengaman terhadap ancaman yang mengakibatkan keadaan, kondisi,

atau peristiwa yang berpotensi menimbulkan kesulitan keuangan pada data atau sumber daya jaringan melalui penghancuran, pengungkapan, modifikasi data, penolakan layanan, penipuan, pemborosan, dan penyalahgunaan adalah contohnya ancaman terhadap keamanan.

Penelitian Priambodo dan Prabawani (2016) menyatakan bahwa persepsi risiko secara inheren negatif, sehingga persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna menggunakan layanan *e-money*. dapat menyimpulkan. Temuan ini didukung oleh penelitian Umaningsih dan Wardani (2020), yang menyimpulkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan instrumen *e-money*.

H3. Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan E-Money.

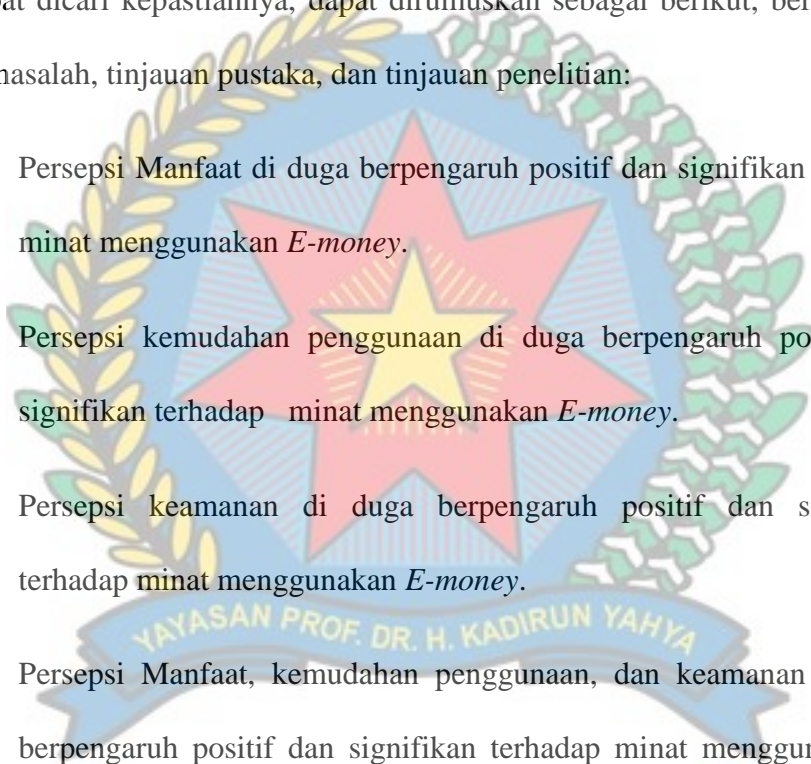
Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *E-Money*. Berkaitan dengan hal tersebut, berikut kerangka konseptualnya:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

4. Hipotesis Penelitian

Pernyataan atau hipotesis yang paling mungkin adalah dugaan sementara yang masih dapat dicari kepastiannya, dapat dirumuskan sebagai berikut, berdasarkan rumusan masalah, tinjauan pustaka, dan tinjauan penelitian:

- 
- H1 : Persepsi Manfaat di duga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money*.
- H2 : Persepsi kemudahan penggunaan di duga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money*.
- H3 : Persepsi keamanan di duga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money*.
- H4 : Persepsi Manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan di duga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money*.

BAB III

METEDOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian eksperimen adalah model penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk menyelidiki pengaruh perlakuan (*treatment*). Untuk mengumpulkan data dari lokasi alam tertentu (bukan buatan), digunakan metode survei. Penyebaran kuesioner, tes, wawancara terstruktur, dan bentuk pengumpulan data lainnya misalnya ditangani oleh peneliti. Eksperimen tidak sama dengan perlakuan. Studi kuantitatif ini mengkaji pengaruh variabel-variabel tersebut di atas terhadap minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik di desa Sei Semayang. penelitian bersifat *emic* karena lebih mengandalkan perspektif sumber data daripada peneliti (Sugiyono, 2018).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Pengkajian ini dilakukan di desa Sei Semayang Kec.Sunggal dan penelitian dilaksanakan selama february sampai dengan selesai pada tahun 2022.

2. Waktu penelitian

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Jenis kegiatan	Feb'-Mar' 2022	Apr'- Mei' 2022	Juni' 2022	Juli' 2022	Agust' 2022	sept' 2022
1	Riset awal/pengajuan Judul	■					
2	Penyusunan proposal		■				

No	Jenis kegiatan	Feb'-mar' 2022	Apr'-Mei' 2022	Juni' 2022	Juli ' 2022	Agust' 2022	sept' 2022
3	Seminar proposal						
4	Perbaikan/Acc Proposal						
5	Pengolahan data						
6	Penyusunan Skripsi						
7	Bimbingan Skripsi						

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2018) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang meliputi: objek atau subjek yang jumlah dan karakteristiknya telah ditentukan oleh peneliti untuk tujuan penyelidikan dan selanjutnya diambil kesimpulan. Semua pedagang di wilayah Desa Sei Semayang yang pernah atau belum menggunakan elektronik fasilitas uang membuat populasi penelitian ini.

2. Sampel

Sugiyono (2018) menegaskan bahwa sampel adalah komponen dari jumlah dan ciri populasi. Sampel yang diambil dari populasi yang besar dapat digunakan jika peneliti tidak dapat menyelidiki setiap aspek populasi, misalnya karena waktu, sumber daya, atau kendala keuangan. Karena jumlah orang dalam populasi tidak diketahui dan purposive sampling digunakan untuk menentukan sampel, penelitian ini menggunakan non-probability sampling. Menurut Sugiyono (2018), *purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel yang memperhitungkan beberapa faktor yang dianggap terkait dengan karakteristik populasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Masyarakat yang berdagang di Desa Sei Semayang dan sudah atau belum menggunakan uang elektronik merupakan kriteria atau karakteristik yang digunakan. Dalam Sugiyono (2018), Roscoe (1982) memberikan rekomendasi ukuran sampel penelitian sebagai berikut:

1. Dalam penelitian, ukuran sampel 30 sampai 500 sudah cukup.
2. Jika sampel dipecah menjadi beberapa kategori, seperti: laki-laki-perempuan, pekerja swasta, dan lain-lain), maka harus ada minimal 30 anggota dalam setiap kategori.
3. Jika pemeriksaan akan melakukan penyelidikan multivariat (hubungan atau kekambuhan langsung yang berbeda misalnya), maka jumlah orang yang diuji adalah beberapa kali lipat dari jumlah faktor yang dimaksud. Misalnya, jika ada lima variabel penelitian—independen dan tergantung akan ada 50 anggota sampel.
4. Jumlah peserta sampel dalam penelitian eksperimen langsung dengan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol berkisar antara sepuluh sampai dua puluh.

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2018).

$$n \frac{z^2 pq}{e^2} \dots\dots\dots$$

$$n \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 83 \text{ Orang}$$

Keterangan:

n = sampel

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10%

Menurut Sugiyono (2018), pada saat melakukan perhitungan yang menghasilkan pecahan (dengan koma), sebaiknya pembulatan ke atas, sehingga jumlah responden dalam penelitian ini adalah 83 orang.

D. Jenis Data dan Sumber Data

Dalam ulasan ini, para ilmuwan memanfaatkan informasi penting dan tambahan. Data primer, seperti yang didefinisikan oleh Sugiyono (2018), adalah sumber data yang secara langsung memasok data ke pengumpul data. Contoh data primer antara lain data yang dipilih dari responden melalui kuesioner atau data yang diperoleh melalui wawancara peneliti dengan narasumber. Sedangkan data sekunder adalah sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti dokumen, website, dan lain sebagainya. Kuesioner (angket) digunakan untuk mengumpulkan data primer dari responden untuk penelitian ini.

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data primer untuk penelitian ini karena jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Menurut Sugiyono (2018), kuesioner adalah metode pengumpulan data dimana responden diberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Pada penelitian ini kuesioner (angket) akan diberikan kepada pedagang di Desa Sei

Semayang, Kec. Sunggal yang pernah atau belum pernah memanfaatkan fasilitas uang elektronik. Selain itu pedagang yang ikut dalam penelitian sebagai responden akan menanggapi kuesioner pernyataan tentang masalah penelitian ini.

E. Definisi Operasional Variabel

1. Minat menggunakan *E-money*

Keadaan seseorang sebelum mengambil tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan, itulah yang dimaksud dengan istilah “minat”. Keputusan pembelian pelanggan adalah semua pengalaman mereka dalam mempelajari, memilih, menggunakan, bahkan membuang sebuah produk,” menurut Kotler dan Keller dalam Priambodo dan Prabawani (2016). Perilaku konsumen yang kurang lebih mengacu pada minat beli konsumen adalah perilaku dimana konsumen memiliki keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalamannya. memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi suatu produk atau bahkan menginginkannya. Karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologis memiliki dampak yang signifikan terhadap pembelian konsumen. Pengukur minat menurut Jogiyanto dalam Priambodo dan Prabawani (2016) sebagai berikut:

1. Keinginan untuk menggunakan.
2. Selalu mencoba menggunakan.
3. Berlanjut dimasa yang akan datang.

Cara pengukurannya adalah dengan memberikan pertanyaan kepada responden dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban-jawaban “sangat setuju”, “setuju”, “tidak setuju”, “sangat tidak setuju”. Jawaban-jawaban ini diberi skor 1-4.

2. Persepsi manfaat

Menurut Davis (2017), manfaat yang dirasakan adalah opini subjektif pengguna tentang potensi keuntungan kinerja dari menggunakan sistem. Hal ini dapat diartikan sebagai persepsi manfaat yang berarti tahap kepercayaan individu dalam pemakaian teknologi akan menambah produktivitas mereka di tempat kerja.

Terdapat 6 indikator untuk mengukur persepsi manfaat menurut Davis dalam Priambodo dan Prabawani (2016) yaitu:

1. Pekerjaan lebih cepat selesai (*work more quickly*).
2. Memudahkan pekerjaan (*makes job easier*).
3. Meningkatkan kinerja (*job performance*).
4. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*).
5. Meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
6. Bermanfaat bagi individu (*useful*).

Variabel independen manfaat diukur dengan menggunakan instrument yang dikembangkan oleh Sugyono (2018). Instrumen terdiri dari 6 item pernyataan manfaat. Penilaian didasarkan pada Skala Likert 4 poin, dimana dimana 4= sangat setuju; 3= setuju; 2= tidak setuju; dan 1= sangat tidak setuju.

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis (1989) dalam Syahidah (2018). Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat atau keadaan keyakinan bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha (*is effortless*), yaitu pengguna akan dengan mudah memahami teknologi tersebut.

Menurut Davis et al (2019) ada 5 (lima) indikator yang dapat menilai keramahan pengguna, seperti:

1. *Simple to learn* (mudah dipelajari)
2. Dapat dikontrol (dapat dikendalikan)
3. *Adaptable (adaptable)*
4. Mudah digunakan
5. (*simple to use*) Mudah dipahami

Variabel independen manfaat diukur dengan menggunakan instrument yang dikembangkan oleh Sugyono (2018). Instrumen terdiri dari 5 item pernyataan kemudahan penggunaan. Penilaian didasarkan pada Skala Likert 4 poin, dimana 4= sangat setuju; 3= setuju; 2= tidak setuju; dan 1= sangat tidak setuju.

4. Persepsi Keamanan

Bojang (2017) dalam Efendi dan Rahmiati (2020) menyatakan keamanan sebagai pengamanan terhadap ancaman yang mengakibatkan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menimbulkan kesulitan keuangan pada data atau sumber daya jaringan melalui penghancuran, pengungkapan, modifikasi data, penolakan layanan, penipuan, pemborosan, dan penyalahgunaan adalah contohnya ancaman terhadap keamanan.

1. Jaminan keamanan pembelian
2. Keamanan transaksi online

Variabel independen manfaat diukur dengan menggunakan instrument yang dikembangkan oleh Sugyono (2018). Instrumen terdiri dari 2 item pernyataan keamanan. Penilaian didasarkan pada Skala Likert 4 poin, dimana 4= sangat setuju; 3= setuju; 2= tidak setuju; dan 1= sangat tidak setuju.

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional variabel	Indikator	Skala Likert
Persepsi Minat menggunakan <i>E-money</i> (Y)	Minat merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Kotler dan Keller dalam Priambodo dan Prabawani (2016)	<ol style="list-style-type: none"> Keinginan untuk menggunakan. Selalu mencoba menggunakan. Berlanjut dimasa yang akan datang. <p>Sumber : Jogiyanto dalam S Priambodo, B Prabawani (2016)</p>	Likert
Persepsi Manfaat (X ₁)	Persepsi Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jogiyanto (2019)	<ol style="list-style-type: none"> Pekerjaan lebih cepat selesai (<i>work more quickly</i>). Memudahkan pekerjaan (<i>makes job easier</i>). Meningkatkan kinerja (<i>job performance</i>). Meningkatkan produktivitas (<i>increase productivity</i>). Meningkatkan efektifitas kinerja individu (<i>enhances effectiveness</i>). Bermanfaat bagi individu (<i>useful</i>). <p>Sumber : Davis dalam S Priambodo, B Prabawani (2016)</p>	Likert
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X ₂)	Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (<i>free of effort</i>) atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Davis (1989) dalam Syahidah (2018),	<ol style="list-style-type: none"> Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>) Dapat dikontrol (<i>controllable</i>) Fleksibel (<i>flexible</i>) Mudah digunakan (<i>easy to use</i>) Jelas dan dapat dipahami (<i>clear and understandable</i>) <p>Sumber : Davis et al, dalam Ernawaty dan Noersanty (2020)</p>	Likert

Variabel	Definisi operasional variabel	Indikator	Skala Likert
Persepsi Keamanan (X_3)	Persepsi Keamanan sebagai perlindungan terhadap sebuah ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi mengakibatkan kesulitan ekonomi terhadap data atau sumber daya jaringan dalam bentuk penghancuran, pengungkapan, modifikasi data, penolakan layanan, penipuan, pemborosan, serta penyalahgunaan. Bojang dalam Efendi dan Rahmiati (2020)	1. jaminan keamanan pembelian 2. keamanan transaksi online Sumber : Vega , 2015 dalam Efendi dan Rahmiati (2020)	Likert

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner/Angket

Sugiyono (2018) mengatakan bahwa kuesioner adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan memberikan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada orang-orang untuk dijawab. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi akurat yang relevan.

2. Wawancara

Penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara. Responden menerima wawancara melalui pembayaran elektronik. Peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang dibuat secara lengkap dan sistematis untuk pengumpulan data, sehingga jenis wawancara yang mereka lakukan tidak terstruktur. Menurut Sugiyono (2018) pedoman wawancara yang digunakan hanyalah garis besar pertanyaan yang akan diajukan.

G. Teknik Analisa Data

1. Statistik Asosiatif

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa statistik asosiatif adalah statistik yang digunakan untuk melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitian ada variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini akan membahas mengenai gambaran bentuk sebaran jawaban responden terhadap seluruh konsep yang telah diukur.

2. Uji validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018), validitas adalah tingkat ketelitian antara kekuatan yang dapat dilaporkan oleh peneliti dengan data yang terjadi pada objek penelitian. Oleh karena itu, data yang “tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data aktual subjek penelitian dianggap sebagai data yang valid. Korelasi Pearson dapat digunakan dalam hal validitas data. Pada tingkat signifikansi 0,05, r tabel dan hasil korelasi dibandingkan. *Product Moment* dari *Pearson* digunakan untuk menghitung korelasi, dan kriteria berikut digunakan:

1. Item pertanyaan dianggap valid jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara setiap pertanyaan dengan skor total semua pertanyaan.
2. Item pertanyaan dianggap tidak valid jika nilai signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara setiap pertanyaan dengan skor total semua pertanyaan.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018) menyatakan bahwa instrumen yang reliabel belum tentu valid. Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen instrumen. Oleh karena itu walaupun instrumen yang valid pasti reliabel, tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan. Pengujian reabilitas ini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Jika suatu variabel memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ maka dapat dikatakan reliabel. Sedangkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,70$ maka dikatakan tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Ada beberapa pengujian yang harus dilakukan terlebih dahulu untuk menguji apakah model yang yang dipergunakan tersebut mewakili atau mendekati kenyataan yang ada. Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik dimana terdapat empat jenis pengujian pada uji asumsi klasik, sebagai berikut.

a. Uji Normalitas

Dalam Keysha (2019), Danang Sunyoto (2016) menjelaskan uji normalitas sebagai berikut: Uji normalitas, selain uji asumsi tradisional untuk multikolinearitas dan heteroskedastisitas, menguji data untuk variabel bebas (X) dan data untuk variabel terikat variabel (Y) dalam persamaan regresi yang dihasilkan. Disediakan secara teratur atau tidak biasanya disampaikan. Jika distribusi variabel independen dan dependen mendekati atau benar-benar normal, maka persamaan regresi dianggap baik.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Danang Sunyoto (2016) dalam Keysha (2019) menjelaskan uji heteroskedastisitas sebagai berikut: "Dalam persamaan regresi beranda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas".

c. Uji Multikolinearitas

Dalam Keysha (2019), Danang Sunyoto (2016) menjelaskan uji multikolinearitas sebagai berikut: Uji asumsi klasik jenis ini digunakan dalam analisis regresi berganda dengan dua atau lebih variabel bebas atau variabel bebas ($X_1, 2, 3, \dots, n$). Besarnya koefisien korelasi (r) digunakan untuk mengetahui seberapa dekat hubungan antar variabel independen.

4. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini adapun metode yang digunakan yaitu model analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan *E-money*

X_1 = Persepsi Manfaat

X_2 = Persepsi Kemudahan penggunaan

X_3 = Keamanan

E = Variabel Pengganggu

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

5. Uji Hipotesis

Hasil hipotesis penelitian ini didasarkan pada fase nol dan hipotesis alternatif, statistik dan penggunaannya, hipotesis, fase signifikansi, dan fase kesimpulan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah hipotesis, dan itu adalah dicirikan dengan adanya variabel tunggal yang dapat dibandingkan dengan variabel tunggal. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) badan sebagai variabel dependen (Y).

a. Uji t

Uji-t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun terpisah (Ghozali, 2018), hipotesis dirumuskan sebagai berikut.

H_0 : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_a : Artinya variabel bebas mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel terikat.

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dan kriteria pengujiannya adalah

a. Jika nilainya signifikan $< (0,05)$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak. Artinya variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

b. Jika nilai signifikansi $> (0,05)$, maka hipotesis nol (H_0) diterima. Artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

Uji Statistika sebagai berikut :

H_{01} : Persepsi manfaat secara signifikan tidak mempengaruhi Minat menggunakan *E-money*.

H_{a1} : Persepsi manfaat secara signifikan mempengaruhi Minat menggunakan *E-money*.

H_{02} : Persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan tidak mempengaruhi Minat menggunakan *E-money*.

H_{a2} : Persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi Minat menggunakan *E-money*.

H_{03} : Persepsi keamanan secara signifikan tidak mempengaruhi Minat menggunakan *E-money*.

H_{a3} : Persepsi keamanan secara signifikan mempengaruhi Minat menggunakan *E-money*.

b. Uji F

Tujuan uji F adalah untuk mengetahui apakah variabel terikat dipengaruhi secara bersamaan oleh variabel bebas. Uji F digunakan untuk menguji hubungan antara variabel terikat dengan masing-masing variabel bebas secara individual. Tingkat yang digunakan adalah 0,5 atau 5% , jika nilai besar $F <$

0,05 berarti faktor otonom sekaligus mempengaruhi variabel dependen atau sebaliknya (Ghozali, 2016). Uji F Simultan (*Simultaneous Test*) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan atau tidak. Pengujian statistik ANOVA adalah jenis pengujian hipotesis dimana kelompok atau data statistik dapat digunakan untuk menarik kesimpulan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam pengujian ini adalah 0,05, dan nilai F dalam ANOVA tabel digunakan untuk mengambil keputusan. Menurut Ghozali (2016), uji F memiliki ketentuan sebagai berikut.

1. H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen atau dependen secara signifikan dipengaruhi oleh semua variabel independen atau bebas.
2. H_0 dan H_1 menunjukkan bahwa semua variabel bebas/bebas masing-masing tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat/tergantung, jika nilai signifikansi F lebih besar dari 0,05.

c. Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama), yang ditunjukkan dengan nilai *adjusted R – Squared* (Ghozali, 2016). Derajat dimana kontribusi variabel independen terhadap model regresi dapat menjelaskan variasi variabel dependen ditunjukkan oleh koefisien determinasi. Nilai *R-square* (R^2) tabel *Model Summary* menunjukkan koefisien determinasi. Koefisien determinasi yang rendah, menurut Ghozali (2016), menunjukkan bahwa

kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya menurut Ghozali (2016), jika nilainya mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) , ini menunjukkan bahwa variabel independen dapat memberikan semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Desa sei Semayang

a. Kondisi Geografis Desa Sei Semayang

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Kecamatan Sunggal berada pada garis lintang $3^{\circ}35'$ - $5^{\circ}00'$ dan garis bujur timur $98^{\circ}35'$ - $98^{\circ}50'$ Desa Sei Semayang menjadi lokasi pilihan. Daerah penelitian merupakan daerah dataran rendah dengan curah hujan tahunan rata-rata 1500 milimeter dan ketinggian 24 meter di atas permukaan laut. Suhu di wilayah ini berkisar antara 23 hingga 34 derajat Celcius, membuatnya iklim tropis. Daerah penelitian berjarak 3 kilometer dari ibu kota kabupaten, sedangkan ibu kota kabupaten berjarak 40 kilometer. Berikut batas-batas daerah penelitian: •Medan Binjai merupakan batas utara; Desa Sei Mencirim dan Medan Krio membentuk batas selatan; Desa Puji Mulyo menjadi batas timur; Desa Tunggorono, Binjai Timur menjadi batas barat.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Desa Sei Semayang khususnya para pedagang terkait masalah penggunaan uang elektronik (*E-money*). Para responden akan dimintai jawaban sesuai dengan ketentuan dengan pernyataan angket/kuesioner yang diberikan.

3. Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah pedagang dan pengguna di wilayah desa Sei Semayang yang produktif atau berusia antara 17 sampai 63 tahun. Karakteristik responden yang menjawab kuesioner adalah sebagai berikut.

1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-laki	43	51,80%
Perempuan	40	48,20%
Total	83	100%

Berdasarkan tabel 4.1 Terbukti bahwa responden laki-laki berjumlah 43 atau 51,80 persen, dan responden perempuan berjumlah 40 atau 48,20 persen dari total 83 responden.

2. Karakteristik Responden Menurut Usia

Berdasarkan penelitian karakteristik responden menurut usia dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Usia

Keterangan	Jumlah	Presentase
17-22 Tahun	15	18,07%
23-28 Tahun	32	38,55%
29-34 Tahun	23	27,71%
>34 Tahun	13	15,67%
Total	83	100%

Berdasarkan tabel 4.2 sangat terlihat bahwa responden berumur 17-22 tahun berjumlah 15 atau 18,07% dari total 83 responden, responden berumur 23-28 tahun berjumlah 32 atau 38,55% dari total 83 responden,

responden berumur 29- 34 tahun berjumlah 23 atau 27,71% dari total 83 responden, responden berusia > 34 tahun berjumlah 13 atau 15,67% dari total 83 responden,

3. Karakteristik Responden Menurut Penggunaan Fasilitas *E-money*

Berdasarkan penelitian karakteristik penggunaan fasilitas *E-money* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Penggunaan Fasilitas *E-money*

Keterangan	Jumlah	Presentase
1-2 Kali	7	8,43%
3-4 Kali	16	19,27%
5-6 Kali	18	21,68%
>6 Kali	42	50,62%
Total	83	100%

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden yang menggunakan *e-money* 1-2 kali sebanyak 7 orang atau 8,43% dari total responden, responden yang menggunakan *e-money* 3-4 kali sebanyak 16 orang atau 19,27% dari total responden, responden yang menggunakan *e-money* 5-6 kali sebanyak 18 orang atau 21,68% dari total responden, responden yang menggunakan *e-money* >6 kali sebanyak 42 orang atau 50,62% dari total responden.

4. Variabel penelitian

a. Variabel Bebas

1. Persepsi Manfaat

Menurut Davis (2017), manfaat yang dirasakan adalah opini subjektif pengguna tentang potensi keuntungan kinerja dari menggunakan sistem. Hal ini dapat diartikan sebagai persepsi manfaat

yang berarti tahap kepercayaan individu dalam pemakaian teknologi akan menambah produktivitas mereka di tempat kerja.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis (1989) dalam Syahidah (2018). Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat atau keadaan keyakinan bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha (*is effortless*), yaitu pengguna akan dengan mudah memahami teknologi tersebut.

3. Persepsi Keamanan

Bojang (2017) dalam Efendi dan Rahmiati (2020) menyatakan keamanan sebagai pengamanan terhadap ancaman yang mengakibatkan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menimbulkan kesulitan keuangan pada data atau sumber daya jaringan melalui penghancuran, pengungkapan, modifikasi data, penolakan layanan, penipuan, pemborosan, dan penyalahgunaan adalah contohnya ancaman terhadap keamanan.

b. Variabel Terikat

1. Minat Menggunakan *E-money*

Situasi individu yang dapat digunakan sebagai dasar untuk memprediksi suatu tindakan disebut sebagai minat. “Keputusan pembelian pelanggan adalah seluruh pengalaman belajar, memilih, menggunakan, dan bahkan membuang suatu produk,” menurut Kotler dan Keller dalam Priambodo dan Prabawani (2016). Kesiediaan konsumen untuk membeli atau memilih suatu produk dikenal sebagai “kesediaan konsumen”, dan

secara kasar dapat diartikan sebagai kesediaan mereka untuk memilih, menggunakan, mengkonsumsi, atau bahkan menginginkan produk tersebut

5. Hasil Uji Instrumen Data

a. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2018), validitas adalah tingkat ketelitian antara kekuatan yang dapat dilaporkan oleh peneliti dengan data yang terjadi pada objek penelitian. Oleh karena itu, data yang “tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data aktual subjek penelitian dianggap sebagai data yang valid. Korelasi Pearson dapat digunakan dalam hal validitas data. Pada tingkat signifikansi 0,05, r tabel dan hasil korelasi dibandingkan. Berikut ini merupakan dasar pengambilan keputusan selama uji validitas:

1. Item, variabel, atau pernyataan dalam kuesioner dianggap valid jika nilai r hitung positif atau jika r hitung lebih besar dari r tabel.
2. Item, variabel, atau pernyataan dalam kuesioner dianggap tidak valid jika nilai r hitung negatif atau r hitung r tabel.

r tabel adalah 0,198 dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05, dan 97 responden dalam penelitian ini menghitung derajat kebebasan (df) diperoleh dari jumlah sampel atau responden dikurangi dua ($df = n-2$). hasil uji validitas untuk penelitian ini tercantum di bawah ini.

1. Variabel persepsi manfaat

Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat

No Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,754	0,198	Valid
2	0,745	0,198	Valid
3	0,614	0,198	Valid
4	0,813	0,198	Valid
5	0,753	0,198	Valid
6	0,776	0,198	Valid

No Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
7	0,771	0,198	Valid
8	0,704	0,198	Valid
9	0,689	0,198	Valid
10	0,710	0,198	Valid
11	0,748	0,198	Valid
12	0,706	0,198	Valid
13	0,772	0,198	Valid
14	0,635	0,198	Valid
15	0,723	0,198	Valid
16	0,700	0,198	Valid
17	0,797	0,198	Valid
18	0,732	0,198	Valid

Sumber: data primer diolah dengan spss 18

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel persepsi manfaat dalam penelitian ini dinyatakan valid atas dasar $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Tabel 4. 5 Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

No Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
19	0,655	0,198	Valid
20	0,749	0,198	Valid
21	0,747	0,198	Valid
22	0,702	0,198	Valid
23	0,700	0,198	Valid
24	0,639	0,198	Valid
25	0,731	0,198	Valid
26	0,739	0,198	Valid
27	0,606	0,198	Valid
28	0,614	0,198	Valid
29	0,628	0,198	Valid
30	0,632	0,198	Valid
31	0,645	0,198	Valid
32	0,769	0,198	Valid
33	0,694	0,198	Valid

Sumber: data primer diolah dengan spss 18

Berdasarkan tabel 4. 5 menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian ini dinyatakan valid atas dasar $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3. Persepsi Keamanan

Tabel 4. 6 Uji Validitas Persepsi Keamanan

No Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
34	0,592	0,198	Valid
35	0,625	0,198	Valid
36	0,716	0,198	Valid
37	0,710	0,198	Valid
38	0,617	0,198	Valid
39	0,699	0,198	Valid

Sumber: data primer diolah dengan spss 18

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel persepsi keamanan dalam penelitian ini dinyatakan valid atas dasar $r_{hitung} > r_{tabel}$.

4. Minat Menggunakan *E-money*

Tabel 4. 7 Uji Validitas Minat Menggunakan *E-money*

No Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
40	0,763	0,198	Valid
41	0,647	0,198	Valid
42	0,728	0,198	Valid
43	0,766	0,198	Valid
44	0,655	0,198	Valid
45	0,601	0,198	Valid
46	0,663	0,198	Valid
47	0,665	0,198	Valid
48	0,654	0,198	Valid

Sumber: data primer diolah dengan spss 18

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel minat menggunakan *e-money* dalam penelitian ini dinyatakan valid atas dasar $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2018) menegaskan bahwa instrumen yang valid belum tentu reliabel. Instrumen yang akan diuji validitasnya harus reliabel. Oleh karena itu, meskipun instrumen yang valid sudah pasti reliabel, namun perlu dilakukan uji reliabilitas instrumen tersebut. Uji statistik *Cronbach's Alpha*

digunakan dalam uji reliabilitas ini. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha-nya lebih besar dari 0,70. Sementara itu, *Cronbach's Alpha* dianggap tidak reliabel jika kurang dari 0,70. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 18 digunakan untuk perhitungan *Cronbach's alpha*. Persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, keamanan, dan minat menggunakan uang elektronik yang tercantum dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas.

1. Variabel persepsi manfaat

Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Variabel persepsi manfaat

Variabel	Cronbach's alfa	N of item	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,947	18	Reliabel

Sumber: data primer diolah dengan spss 18

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan nilai *cronbach's alfa* dari variabel persepsi manfaat sebesar 0,947. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat dikatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alfa* lebih besar dari 0,70.

2. Variabel Persepsi Kemudahan penggunaan

Tabel 4. 9 Uji reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan penggunaan

Variabel	Cronbach's alfa	N of item	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,911	15	Reliabel

Sumber: data primer diolah dengan spss 18

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan nilai *cronbach's alfa* dari variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,911. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat dikatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alfa* lebih besar dari 0,70.

3. Variabel Keamanan

Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel Keamanan

Variabel	Cronbach's alfa	N of item	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,752	6	Reliabel

Sumber: data primer diolah dengan spss 18

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan nilai *cronbach's alfa* dari variabel persepsi keamanan sebesar 0,752. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat dikatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alfa* lebih besar dari 0,70.

4. Variabel Minat Menggunakan *E-money*

Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Variabel Minat Menggunakan *E-money*

Variabel	Cronbach's alfa	N of item	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,853	9	Reliabel

Sumber: data primer diolah dengan spss 18

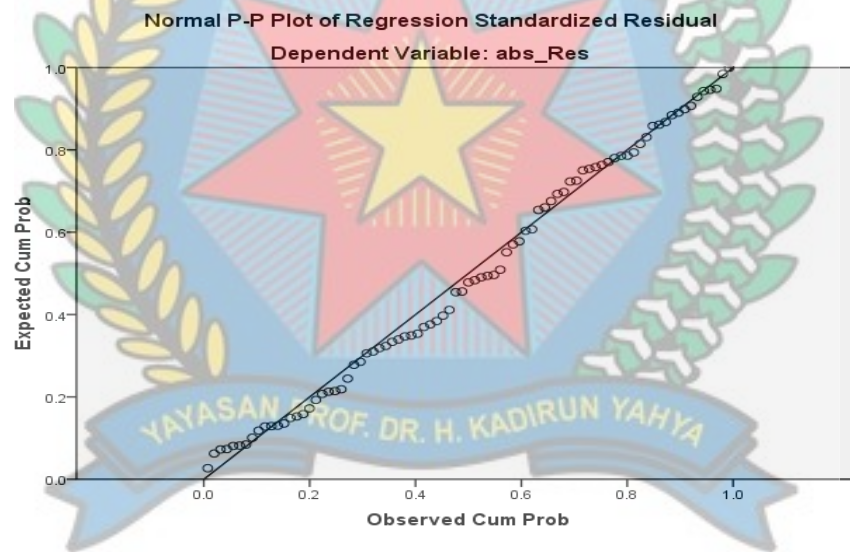
Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan nilai *cronbach's alfa* dari variabel persepsi minat menggunakan *e-money* sebesar 0,947. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat dikatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alfa* lebih besar dari 0,70.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas sebagaimana dijelaskan Danang Sunyoto (2016) dalam Keysha (2019) akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi akhir. distribusi. Jika distribusi variabel independen dan dependen dalam persamaan regresi mendekati atau sepenuhnya normal, maka persamaan tersebut baik.

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui apakah residual yang diperoleh berdistribusi normal. Dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, uji statistik ini menentukan apakah residual berdistribusi normal atau tidak jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 (Sugiyono, 2018).



Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Gambar 4. 1 Hasil uji Normalitas Grafik

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat bahwa titik-titik membentuk diagonal dan berada disekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.86960809
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.052
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.692

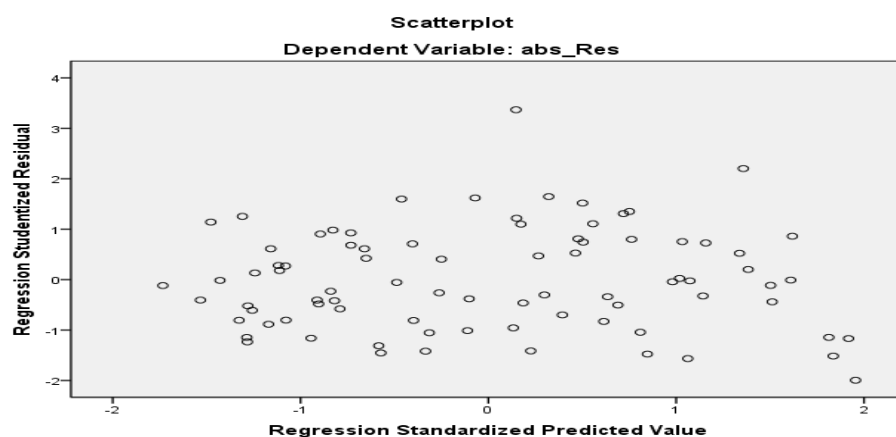
Asymp. Sig. (2-tailed)	.725
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Hasil uji normalitas SPSS dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* ditunjukkan pada tabel 4.12 yang menunjukkan bahwa *unstandardized residual* memiliki nilai *Asymp.sig.2-tailed*), dengan tingkat signifikansi 0,692 bila nilainya lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan distribusi data yang normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Danang Sunyoto (2016) dalam Keysha (2019) memberikan penjelasan mengenai uji heteroskedastisitas sebagai berikut: Perlu juga untuk menguji apakah variansi residual dari satu pengamatan sama dengan yang lain dalam persamaan regresi berganda. Homoskedastisitas, di sisi lain, disebut sebagai heteroskedastisitas ketika varian residunya sama atau berbeda satu sama lain. Jika tidak ada heteroskedastisitas, persamaan regresi memuaskan.



Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Gambar 4. 2 Hasil uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka nol (0), dan penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola. Atas dasar hasil pengujian tersebut maka dapat dinyatakan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas atau disebut homokedastisitas.

Tabel 4.13 Hasil Uji Homokedastisitas Dengan Metode Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.068	2.420		.855	.395
PERSEPSI MANFAAT	.047	.027	.202	1.730	.087
PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	-.021	.032	-.077	-.657	.513
PERSEPSI KEAMANAN	-.078	.065	-.123	-1.209	.230

a. Dependent Variable: abs_Res

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS versi 18 memberikan hasil seperti pada tabel 4.13. Diantaranya variabel persepsi manfaat (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,87, variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,513, dan variabel persepsi keamanan (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,230. Dari hasil eksperimen tersebut, dapat dikatakan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas atau disebut homoskedastisitas.

3. Uji multikolinearitas

Menurut Danang Sunyoto (2016) dalam Keysha (2019) menjelaskan uji multikolinearitas sebagai berikut: Uji asumsi klasik jenis ini digunakan dalam analisis regresi berganda dengan dua atau lebih variabel bebas atau variabel bebas ($X_1, 2, 3, \dots, n$). Besarnya koefisien korelasi (r) digunakan untuk mengetahui seberapa dekat hubungan antar variabel independen. Model regresi yang baik untuk pengambilan keputusan dasar seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen. Model regresi dikatakan kurang multikolinearitas antara variabel independen jika toleransi lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7.605	4.309		1.765	.081		
PERSEPSI MANFAAT	.101	.039	.266	2.587	.012	.840	1.190
PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.074	.053	.147	1.391	.168	.789	1.268
PERSEPSI KEAMANAN	.527	.104	.497	5.079	.000	.926	1.079

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY
 Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Hasil output pada tabel koefisien menunjukkan bahwa *nilai variance inflation factor* (VIF) masing-masing variabel independen memiliki nilai VIF 10, dengan variabel manfaat yang dirasakan memiliki nilai VIF sebesar 1,190, variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai VIF sebesar

PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.074	.053	.147	1.391	.168	.789	1.268
PERSEPSI KEAMANAN	.527	.104	.497	5.079	.000	.926	1.079
a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY							

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Berdasarkan tabel 4.15 di atas maka dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan E-money

X₁ = Persepsi Manfaat

X₂ = Persepsi Kemudahan penggunaan

X₃ = Persepsi Keamanan

E = Variabel Pengganggu

α = Konstanta

Interpretasi berikut dari hasil koefisien regresi dapat diambil dari perhitungan tersebut di atas:

1. Minat penggunaan uang elektronik adalah 7,605 jika semua variabel bebas dianggap tetap, tidak berubah, atau tidak dipengaruhi oleh nilai konstanta ().
2. Nilai koefisien regresi (X₁) yang menunjukkan bahwa *variabel perceived benefit* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik sebesar 0,101. Artinya, dengan asumsi tidak ada variabel lain yang diteliti

dalam penelitian ini, maka setiap kenaikan satu satuan *variabel perceived benefit* akan berpengaruh sebesar 0,101 terhadap niat menggunakan uang elektronik.

3. Nilai koefisien relaps (X2) sebesar 0,074 menunjukkan bahwa variabel kemudahan yang tampak jelas berpengaruh terhadap premi dalam penggunaan uang elektronik, artinya setiap peningkatan 1 unit pada variabel kegunaan nyata akan mempengaruhi premi dalam penggunaan uang elektronik sebesar 0,074 terima faktor yang berbeda tidak dianalisis dalam ulasan ini.
4. Koefisien regresi (X3) sebesar 0,527 menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik. Artinya minat menggunakan uang elektronik akan berubah untuk setiap kenaikan satu satuan variabel persepsi keamanan uang elektronik sebesar 0,527 dengan asumsi penelitian ini tidak meneliti variabel lain.

b. Uji Hipotesis

1. Uji signifikansi parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara keseluruhan atau sebagian (Ghozali, 2018). Kriteria uji yang digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi adalah sebagai berikut:

- a. Hipotesis nol (H_0) ditolak jika nilai signifikan lebih kecil atau sama dengan 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi sebagian variabel dependen.

1	(Constant)	7.605	4.309		1.765	.081		
	PERSEPSI MANFAAT	.101	.039	.266	2.587	.012	.840	1.190
	PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.074	.053	.147	1.391	.168	.789	1.268
	PERSEPSI KEAMANAN	.527	.104	.497	5.079	.000	.926	1.079

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Berikut penjelasan hasil uji t yang diperoleh dari tabel 4.16 untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen:

1. Hubungan Antara Variabel Minat Penggunaan Uang Elektronik (Y) dan Variabel Persepsi Manfaat (X1).

Seperti terlihat pada Tabel 4.16, nilai signifikansi persepsi manfaat (X1) terhadap minat penggunaan uang elektronik (Y) adalah $0,012 < 0,05$. Jika nilai t hitung 2,587 dan t tabel 0,198, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik (Y).

2. Hubungan Variabel Minat Penggunaan Uang Elektronik (Y) dengan Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

Seperti terlihat pada Tabel 4.16, jika nilai signifikansi persepsi kemudahan penggunaan (X2) terhadap minat menggunakan uang elektronik (Y) adalah $0,168 > 0,05$ dan nilai t hitung 1,391 t tabel adalah 0,198 maka H_0 diterima dan H_a adalah ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara minat menggunakan uang elektronik (Y) dengan persepsi kemudahan

penggunaan (X2) yaitu terdapat pengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik tetapi tidak signifikan.

3. Hubungan Variabel Minat Penggunaan Uang Elektronik (Y) dengan Variabel Persepsi Keamanan (X3).

Seperti terlihat pada Tabel 4.16, jika nilai t hitung 5,079 dan nilai t tabel 0,198, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik (Y). Hal ini sesuai dengan fakta bahwa nilai signifikansi hubungan antara keduanya adalah $0,000 < 0,05$.

2. Uji Signifikan Simultan (F)

Tujuan uji F adalah untuk mengetahui apakah variabel terikat dipengaruhi secara bersamaan oleh variabel bebas. Uji F digunakan untuk menguji hubungan antara variabel terikat dengan masing-masing variabel bebas secara individual. Tingkat yang digunakan adalah 0,5 atau 5% , jika nilai F yang sangat besar $< 0,05$ berarti bahwa faktor otonom sekaligus mempengaruhi variabel terikat atau sebaliknya (Ghozali, 2016).

Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikasi Uji (F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	122.892	3	40.964	11.291	.000 ^a
	Residual	286.626	79	3.628		
	Total	409.518	82			

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEAMANAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN

b. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F ini apabila nilai signifikansi < 0,05, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima . Pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan penggunaan (X_2), persepsi keamanan (X_3) terhadap minat menggunakan uang elektronik (Y) adalah sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} $11.291 > F_{tabel}$ sebesar 2.70. Hal ini menunjukkan bahwa H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independen (Variabel X_1 , X_2 , X_3) terhadap variabel dependen (Variabel Y) secara signifikan.

1. Koefisien Determinasi

Tujuan pengujian koefisien determinasi adalah untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama), yang ditunjukkan dengan nilai *adjusted R – Squared* (Ghozali, 2016).

Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 ^a	.300	.274	1.905

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEAMANAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN

b. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Nilai koefisien *R square* (R²) adalah 0,300, atau 30%, seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.18. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan hanya menyumbang 30% dari variabel dependen bunga dalam menggunakan uang elektronik

sedangkan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 70%.

A. Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Pada Pedagang Desa Sei Sei Semayang.

Menurut Kotler (2012) dalam Pratama (2022) Pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi input informasi untuk membangun gambaran dunia yang bermakna adalah proses persepsi. Sementara itu, menurut Solomon (2016) dalam *Essential* (2022) *Discernment* adalah siklus di mana data yang diperoleh seseorang dipilih, kemudian, pada saat itu, diorganisir dan akhirnya diputuskan. Rangsangan fisik tidak hanya diperlukan untuk persepsi, tetapi juga hubungan antara rangsangan dan bidang sekitarnya serta kondisi individu.

Penelitian dari Yogananda dan Dirgantara (2017) ” Hubungan Minat Penggunaan Instrumen Uang Elektronik dengan Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko menunjukkan bahwa manfaat meningkatkan minat penggunaan uang elektronik. Kajian Genady (2018), “Pengaruh Kenyamanan, Kegunaan, dan Promosi Uang Elektronik *in Society*,” mendukung pernyataan ini. Studi kasus di Provinsi DKI Jakarta)” juga menunjukkan bahwa manfaat secara signifikan mempengaruhi pengambilan keputusan mengenai uang elektronik. Keyakinan yang membangkitkan minat seseorang untuk menggunakan suatu produk dikenal sebagai manfaat yang dirasakan.

Tabel 4. 19 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-money

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.605	4.309		1.765	.081
PERSEPSI MANFAAT	.101	.039	.266	2.587	.012
PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.074	.053	.147	1.391	.168
PERSEPSI KEAMANAN	.527	.104	.497	5.079	.000

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Hasil uji signifikansi parsial (uji t) yang disajikan pada tabel 4.19 diketahui bahwa nilai t tabel untuk variabel manfaat yang dirasakan (X_1) adalah 1,985 dan nilai t hitung untuk variabel (X_1) adalah 2,587. menunjukkan bahwa nilai t hitung berada dalam kisaran penolakan H_0 . Variabel manfaat yang dirasakan (X_1) memiliki tingkat signifikansi $0,012 < 0,05$. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa minat penggunaan uang elektronik berpengaruh signifikan berdasarkan manfaat yang dirasakan. Hasil wawancara dengan para pedagang menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik untuk jual beli serta meraup keuntungan dari penggunaan uang elektronik, seperti penggunaan uang elektronik, dapat menghasilkan keuntungan finansial.

Hal ini didukung oleh penelitian Yogananda dan Dirgantara (2017), "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang

Elektronik” menemukan bahwa manfaat meningkatkan minat penggunaan *e-money*. Uang elektronik menawarkan manfaat dan keuntungan bagi masyarakat umum dalam melakukan pembayaran, sebagaimana dibuktikan oleh temuan penelitian, dukungan teoretis, dan penelitian sebelumnya. Akibatnya, uang elektronik semakin disukai sebagai metode pembayaran.

Penggunaan uang elektronik memang memiliki beberapa keuntungan bagi penggunanya, antara lain dapat mempercepat proses transaksi yang pada gilirannya menghemat waktu dalam jangka panjang. Uang elektronik dapat digunakan untuk membayar berbagai hal seperti belanja online, pembelian minimarket, listrik, PDAM, BPJS Kesehatan, tagihan kartu kredit, dan telepon di Kecamatan Sei Semayang. Uang elektronik digunakan di Desa Sei Semayang dengan berbagai cara dan bentuk yang semakin beragam. Hal ini menunjukkan desa aktif menggunakan uang elektronik.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik

Davis (1989) memberikan definisi persepsi kemudahan penggunaan sebagai berikut: Menurut Davis (1989) dalam Syahidah, “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya fisik dan mental.” Tingkat atau kondisi di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan upaya apa pun (*free of effort*) dikenal sebagai kemudahan penggunaan. Dengan kata lain, pengguna dapat dengan mudah memahami teknologi. Nasution (2004) dalam Syahidah (2018) menyatakan bahwa klien inovasi data menerima bahwa inovasi data yang lebih adaptif, lugas dan sederhana untuk bekerja sebagai kualitas kegunaan.

Kenyamanan yang memberi kesan kepada orang bahwa menggunakan sistem tidak membutuhkan banyak usaha. Tujuan dari faktor eksternal ini, seperti peralatan sistem, adalah untuk mempermudah penggunaan. Penggunaan sistem oleh pengguna adalah salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan mereka. atau penolakan sistem. Pengguna lebih cenderung menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi jika mereka yakin aplikasi tersebut akan meningkatkan performa kerja mereka.

Menurut penelitian Genady (2018), “Pengaruh Kenyamanan, Kegunaan, dan Promosi Uang Elektronik di Masyarakat (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta),” keputusan masyarakat untuk menggunakan uang elektronik atau tidak secara signifikan dipengaruhi oleh kenyamanannya. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Instrumen Uang Elektronik” oleh Yonanda dan Dirgantara (2017), yang juga menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat terhadap menggunakan instrumen uang elektronik, mendukung temuan tersebut.

Tabel 4. 20 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *E-money*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.605	4.309		1.765	.081
	PERSEPSI MANFAAT	.101	.039	.266	2.587	.012
	PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.074	.053	.147	1.391	.168

	PERSEPSI KEAMANAN	.527	.104	.497	5.079	.000
a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY						

Sumber: Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Nilai t hitung variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_2) adalah 1,391, sedangkan nilai t tabel adalah 1,985, sesuai dengan hasil uji signifikansi parsial (uji t) yang ditunjukkan pada tabel 4.20. Hal ini menunjukkan bahwa kisaran yang diterima dari H_0 meliputi nilai t hitung. Variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) memiliki tingkat signifikansi 0,168 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan penjelasan tersebut, niat untuk menggunakan uang elektronik tidak dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini ditunjukkan oleh temuan wawancara dengan pedagang yang dilakukan oleh peneliti, yang menemukan bahwa menggunakan uang elektronik masih menghadirkan tantangan atau kurangnya pemahaman saat melakukan pembelian dan penjualan.

Hal tersebut telah mematahkan beberapa penelitian sebelumnya, antara lain penelitian oleh Priambodo dan Prabawani (2016), “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik”, berdasarkan hasil uji t dan kajian teoritis diatas (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) dan penelitian Yogananda dan Dirgantara (2017), yang menyimpulkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik, keduanya menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya pedagang, masih kesulitan menggunakan uang elektronik karena cara penggunaannya yang dianggap tidak terlalu mudah sehingga terkadang sulit untuk mengoperasikannya. Meskipun demikian, mayoritas responden mengaku tidak menggunakan uang elektronik sangat sering. Hal ini disebabkan penggunaan uang elektronik akan membawa tantangan tersendiri dan meningkatkan jumlah pekerjaan yang terlibat dalam jual beli. Oleh karena itu, temuan penelitian ini tidak dapat menunjukkan hubungan yang signifikan antara minat menggunakan uang elektronik dan kemudahan yang dirasakan. penggunaan.

3. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik

Bojang (2017) dalam Efendi dan Rahmiati (2020) menyatakan keamanan sebagai pengamanan terhadap ancaman yang mengakibatkan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menimbulkan kesulitan keuangan pada data atau sumber daya jaringan melalui penghancuran, pengungkapan, modifikasi data, penolakan layanan, penipuan, pemborosan, dan penyalahgunaan adalah contohnya ancaman terhadap keamanan. Menurut Eid (2011) dan Efendi dan Rahmiati (2020), persepsi konsumen terhadap keamanan saat bertransaksi belanja online dapat dimaknai demikian.

Menurut Royani (2018) dan Efendi dan Rahmiati (2020), konsumen percaya bahwa tingkat keamanan saat berbelanja online sangat rendah akibat meningkatnya kasus penipuan dan penyebaran informasi konsumen yang digunakan untuk membuat testimonial palsu. seperti penipuan dan pemalsuan.

Selain itu, tidak adanya fitur yang memungkinkan pelanggan untuk mempelajari proses pengepakan barang hingga pesanan barang diterima di situs toko online, sehingga menurunkan kepercayaan konsumen.

Penelitian Umaningsih dan Wardani (2020) “Pengaruh Persepsi kemudahan, Fitur Layanan dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-money*” menyimpulkan Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian Ramadhan (2016) ”Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan *E-money*” memberikan hasil bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Tabel 4. 21 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-money*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.605	4.309		1.765	.081
PERSEPSI MANFAAT	.101	.039	.266	2.587	.012
PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.074	.053	.147	1.391	.168
PERSEPSI KEAMANAN	.527	.104	.497	5.079	.000

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY

Sumber: Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Hasil uji signifikansi parsial (uji t) yang disajikan pada tabel 4.21 menunjukkan nilai t hitung variabel persepsi keamanan (X3) sebesar 5,079, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,985. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung berada dalam kisaran penolakan H0. Variabel persepsi keamanan (X3) memiliki

tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan penjelasan tersebut, minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi mereka terhadap keamanan. survei lapangan, yang terdiri dari melakukan wawancara dengan pedagang, menunjukkan hasil ini. Para pedagang tersebut menyatakan bahwa keamanan uang elektronik dapat diandalkan, karena uang yang disimpan disana akan terlindungi dari pihak yang tidak berhak. Menurut Efendi dan Rahmiati (2020), teori Bojang mendefinisikan keamanan sebagai perlindungan terhadap ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi terhadap data atau sumber daya jaringan dalam bentuk penghancuran data, pengungkapan, modifikasi, penolakan layanan, penipuan, pemborosan, dan penyalahgunaan. Temuan penelitian ini sesuai dengan teori Bojang.

Menurut Umaningsih dan Wardani (2020) “Pengaruh Persepsi kemudahan, Fitur Layanan dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-money*” variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik karena semakin terjamin keamanannya. layanan uang elektronik, semakin sering layanan tersebut digunakan. Hasil uji t di atas berhasil mendukung penelitian ini. Jika data dan informasi pribadi dapat terjaga keamanan dan kerahasiaannya, maka *merchant* akan menerima pembayaran elektronik. Kemungkinan pihak yang tidak berwenang akan memanipulasi uang yang disimpan dalam perangkat elektronik tidak menjadi perhatian.

4. Pengaruh Persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik.

Menurut “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.” oleh Yogananda dan Dirgantara (2017), “*The Effect of Perceived Benefit, Perceived Ease of Use, Trust, and Perceived Risk* terhadap Minat Menggunakan Instrumen Uang Elektronik Faktor-faktor tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan instrumen uang elektronik Menurut penelitian Artonang dan Arisman (2017) Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat menggunakan *E-money* (Studi kasus pada pengguna *Go-pay*), variabel kemudahan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna, baik secara parsial maupun simultan. Pernyataan ini didukung oleh temuan penelitian.

Tabel 4. 22 Pengaruh Persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	122.892	3	40.964	11.291	.000 ^a
	Residual	286.626	79	3.628		
	Total	409.518	82			

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEAMANAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN

b. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 18

Hasil uji signifikansi simultan (uji F) ditunjukkan pada tabel 4.22 menunjukkan bahwa nilai F tabel adalah 2,70 dan nilai F hitung variabel independen (X1, X2, X3) masing-masing adalah 11.291. Hal ini menunjukkan

bahwa nilai F hitung berada dalam rentang penolakan H_0 . Variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) memiliki tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan penjelasan tersebut, minat penggunaan uang elektronik secara simultan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel independen. Selanjutnya, Melihat hasil uji koefisien jaminan, terlihat bahwa faktor-faktor bebas, yaitu melihat manfaat secara spesifik, melihat kegunaan dan melihat keamanan, memberikan penjelasan sebesar 30% dari variabel terikat, yaitu premium dalam penggunaan. uang elektronik.

Kajian oleh A Iliyin dan W Widiartanto (2020), *The effect of Perceived Ease of Use dan Perceived Security Terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna OVO di Kota Surakarta)*, yang sampai pada kesimpulan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan penggunaan dan persepsi keamanan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan OVO secara positif dan signifikan, mendukung temuan uji F.

Penjelasan sebelumnya menunjukkan bahwa para pedagang di desa Sei Seyang dapat dengan mudah memanfaatkan sejumlah keuntungan yang diberikan oleh uang elektronik, antara lain dapat mempercepat proses transaksi sehingga menghemat waktu. Namun, agar pedagang dapat menggunakan uang elektronik, mereka harus dididik bagaimana cara menggunakannya. Selain itu, kemampuan penerbit uang elektronik untuk meyakinkan masyarakat, khususnya para pedagang di Desa Sei Semayang, untuk menggunakan uang elektronik telah ditunjukkan dengan keamanan uang yang disimpan dalam perangkat elektronik untuk mencegah manipulasi oleh pihak yang tidak berkepentingan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian data kuesioner yang telah dilakukan maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi manfaat terhadap minat menggunakan uang elektronik pada pedagang di desa Sei Semayang.
2. Terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada pedagang di Desa Sei Semayang.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi keamanan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada pedagang di Desa Sei Semayang.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi manfaat , persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kemanan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada pedagang di desa Sei Semayang.

B. Saran

Saran dapat disampaikan kepada pihak-pihak terkait dengan harapan dapat mengambil manfaat dan menjadi model untuk perbaikan di masa mendatang berdasarkan temuan penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang disampaikan di atas. Berikut adalah saran yang akan dibuat:

a. Penerbit Uang Elektronik

Direkomendasikan agar penerbit uang elektronik memperluas akses uang elektronik ke lebih banyak sektor publik dengan menambah toko atau lokasi lain yang digunakan sebagai pedagang untuk penggunaan penuh uang elektronik. Hal ini agar masyarakat khususnya pedagang dapat meraup keuntungan yang lebih banyak lagi dari penggunaan uang elektronik. Selain itu, disarankan agar penerbit uang elektronik meningkatkan keamanan data nasabahnya sehingga pedagang dapat merasa aman menggunakan uang elektronik dan terhindar dari kejahatan dunia maya. .

b. Bagi pemerintah

diharapkan lebih aktif dalam mengedukasi masyarakat tentang penggunaan uang elektronik. Hal ini akan membantu masyarakat memahami cara menggunakan uang elektronik dan mendapatkan manfaatnya sehingga terwujud terwujudnya *cashless society*. Selain itu, diharapkan pemerintah menerapkan kebijakan untuk menjamin keamanan data pengguna uang elektronik dan keamanan transaksi mereka. Hal ini akan membuat semua pengguna uang elektronik, khususnya pedagang di Desa Sei Semayang, merasa aman, percaya diri, dan tidak khawatir menggunakan uang elektronik.

c. Bagi Penelitian

ini diharapkan menjadi model untuk perbaikan di masa mendatang bagi peneliti sebelumnya. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Bagi yang ingin melakukan penelitian tambahan pada subjek yang sama dapat menggunakan atau menambahkan variabel tambahan yang dapat mempengaruhi minat terhadap uang elektronik. Selain itu, dapat memperluas

cakupan penelitian dan memasukkan objek komunitas tambahan untuk mengidentifikasi faktor tambahan yang dapat memengaruhi minat masyarakat terhadap uang elektronik.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50, 179-211.
- Bank Indonesia. (2022). *Laporan Jumlah Uang Elektronik Beredar_2021*. <http://bi.go.id>
- Danang Sunyoto, (2013) *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*, CAPS, Cet. 1, Yogyakarta, hlm. 3
- Daniel, Goleman. 2015. *Emotional Intelligence: Kepemimpinan berdasarkan Kecerdasan Emosi*. Bandung: PT Gramedia Utama.
- Davis, Fred D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived ease of use of Information Technology. Management Information System Quarterly*.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Flavia'n, C. and M. Guinali'u. 2006. *Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site*. Industrial Management & Data Systems.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid I, Terj. Lina Salim, Erlangga, Jakarta, Edisi 5, 2002, hlm. 6*
- Kim et al. (2008). *A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and, their antecedents*
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Azizi, A. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money)(Studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Bojang, Ismaila. (2017). *Determinants of Trust in B2C E-Commerce and Their Relationship with Consumer Online Trust. Jurnal of Internet Bnaking and Commerce*, 22 (58), 1-59..
- Efendi, Arman, and Rahmiati. "Persepsi keamanan, persepsi privasi, pengalaman serta kepercayaan terhadap belanja online." *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 9.1 (2020): 26-38.

- Emawati, Lusiana. *Pengaruh Selera Konsumen Dan Lingkungan Sosial Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konveksi "Jini Colecction")*. Diss. IAIN KUDUS, 2018.
- Keysha, A. I. (2019). *Pengaruh pemeriksaan pajak dan penagihan pajak terhadap penerimaan pajak (studi kasus pada kantor pelayanan pajak pratama cibeunying periode 2015-2017)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Kurniawati, M., & Toly, A. A. (2014). Analisis keadilan pajak, biaya kepatuhan, dan tarif pajak terhadap persepsi wajib pajak mengenai penggelapan pajak di Surabaya Barat. *Tax & Accounting Review*, 4(2).
- Lubis, N. (2019). *Pengaruh Sistem Pembayaran Non-Tunai Pada Era Digital Terhadap Tingkat Inflasi Di Indonesia* (Doctoral dissertation).
- Mentari, Ade. "Halimatusyadiah.(2017)." *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wajib Pajak Mengenai Etika Atas Penggelapan Pajak (Tax Evasion)*.
- Pratama, R. A. (2022). *Pengaruh kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Smartphone Asus ROG di Kecamatan Jatinegara)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Syahidah, N. A. (2018). *Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Mamfaat Terhadap Minat Menggunakan E-money Yang Dimoderasi Dengan Kepercayaan (Studi Empiris Pada Pengguna E-Money Di Bank Umum Kota Magelang)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).

Website

<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>

<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>

<https://www.kajianpustaka.com/2020/04/uang-elektronik-atau-electronic-money-e-money.html>