

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**

**PENDEKATAN THEORY RASONED ACTION (TRA) DAN TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM) DALAM MINAT TRANSAKSI
MENGUNAKAN E-MONEY**

AmiliaEsthiningrum¹⁾ danShintaPermataSari²⁾

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1),2)}

Email: Shinta.Sari@ums.ac.id

Abstract

The phase of 4.0 industrial revolution is brought some changes in terms of technological development and production process on economic activities. Those changes are also made an impact on the financial transactions into online-based business applications that require no convergence between sellers and buyers. The financial transactions manage using a technology-based financial business that's called financial technology. e-Money is one kind of financial technology application that are provided by many agencies and can be used by the general public. This study aims to analyze the effect of user's reason and acceptance on the interest of transactions using e-Money. The reason is discussed based on Theory of Reasoned Action (TRA), whereas the acceptance is based on Technology Acceptance Model (TAM). Theory of Reasoned Action defines user's reason with two indicators: subjective norms and attitude, while Technology Acceptance Model (TAM) defines user's acceptance with two indicators: perceived of usefulness and perceived of ease of use. Data is collected using questionnaires to the students of Universitas Muhammadiyah Surakarta and analyzed using multiple linear regression analysis. The results show that subjective norms and attitudes have effects on the interest of transactions using e-Money, meanwhile perceived of usefulness and perceived of ease of use have no effects on the interest of transactions using e-Money.

Keywords: *interest of transaction, e-Money, theory of reasoned action, technology acceptance model, financial technology.*

Pendahuluan

Perubahan dalam perkembangan teknologi dan proses produksi serta kegiatan ekonomi merupakan dampak dari revolusi industri 4.0. Adanya perkembangan revolusi industri 4.0 ditandai dengan perkembangan teknologi pada sistem ekonomi yang lebih banyak dikendalikan dan dimonitor oleh suatu aplikasi kecerdasan buatan (Prajanto & Pratiwi, 2019). Revolusi industri telah mengubah pola pikir yang berasumsi bahwa manusia merupakan alat vital perekonomian, bergeser secara perlahan digantikan oleh digitalisasi teknologi sebagai penggerak perekonomian. Terdapat banyak dampak yang ditimbulkan dari revolusi industri 4.0 yang membuat semua transaksi atau proses ekonomi berjalan dengan cepat, mudah, efektif dan efisien.

Adanya aplikasi bisnis yang berbasis *online* serta transaksi keuangan yang mengharuskan tidak bertemunya penjual dan pembeli mengakibatkan industri keuangan harus bertransformasi menjadi bisnis keuangan berbasis teknologi keuangan atau yang disebut dengan *fintech (financial technology)* (Prajanto & Pratiwi, 2019). *Fintech* memberikan inovasi layanan keuangan seperti pembiayaan dan penghimpunan dana. Disrupsi pada layanan keuangan menyebabkan transaksi yang sebelumnya dilakukan secara tunai dapat digantikan dengan transaksi yang berbasis digital. *E-Money* adalah salah satu transaksi berbasis digital yang disediakan oleh banyak perusahaan jasa dan digunakan oleh masyarakat umum.

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

e-Money merupakan alat pembayaran non tunai yang relatif baru, kelebihan yang dimiliki *e-Money* dibandingkan alat pembayaran elektronik yang lain yaitu mengedepankan kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi. *e-Money* bertujuan untuk mengurangi tingkat penggunaan uang tunai (*cashless*) (Prastitiet *al.*, 2015). Perkembangan *e-Money* menciptakan suatu perilaku masyarakat yang lebih sering menggunakan transaksi non tunai dengan memanfaatkan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh alat-alat transaksi tersebut. Diberlakukannya Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik merupakan salah satu bentuk dukungan dari pemerintah dalam perkembangan *e-Money* di Indonesia.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, menyatakan uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu pada penerbit; nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau *chip*; dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan. Dengan adanya dukungan pemerintah mengenai penyelenggaraan *e-Money* membuat *issuer* turut mengembangkan produknya. Oleh karena itu, kondisi ini dapat membantu memberikan dukungan bagi program *cashless society* yang diagendakan oleh Bank Indonesia. Berdasarkan perkembangannya uang elektronik dibedakan menjadi *e-Money* dengan *chip based* (seperti: *e-Money* Mandiri, BCA Flazz, Brizzi, dan lain-lain), dan *server based* (seperti: LinkAja, Ovo, GoPay, Dana, dan lain-lain).

Di masyarakat sistem pembayaran non-tunai sudah dilakukan melalui kartu kredit sebelum digunakannya *e-Money*. Seiring berkembangnya jaman, masyarakat lebih memilih menggunakan *e-Money* dibandingkan menggunakan alat pembayaran tunai lainnya. Beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan *e-Money* dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayarannon-tunai lainnya, antara lain (Bank Indonesia, 2018, p. hal 5):

1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan *e-Money*.
2. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-Money* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi *on-line*, tanda tangan maupun PIN. Selain itu, dengan transaksi *offline*, maka biaya komunikasi dapat dikurangi.
3. *Electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-Money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh *issuer*.

Pengguna *e-Money* tentunya memiliki perilaku dan persepsi tentang manfaat transaksi keuangan dengan menggunakan *e-Money*. Beberapa penelitian lebih menekankan pada pengguna aplikasi fintech. Penelitian yang melibatkan pengguna teknologi informasi pada umumnya menggunakan tinjauan *Theory Reason Action* (TRA) dan *Technology Acceptance Model* (TAM), seperti yang dilakukan oleh Alqasa *et al.* (2014) yang menunjukkan bahwa perilaku pengguna dari tinjauan *theory reason action* mempertimbangkan norma subyektif yang diyakini dan sikap untuk memilih layanan transaksi yang digunakan. Hanggono *et al.* (2015) menyimpulkan bahwa dari tinjauan *technology acceptance* model menunjukkan bahwa unsur keberterimaan pengguna yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatannya berpengaruh terhadap sikap pengguna untuk menggunakan suatu teknologi dan penggunaan teknologi tersebut pada kenyataannya (kehidupan sehari-hari). Semakin tinggi keberterimaan pengguna ternyata semakin menunjang keputusan pengguna untuk menentukan dan menggunakan suatu teknologi. Tirtana & Sari (2014) menyebutkan bahwa persepsi

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

kebermanfaatan dan persepsi kemudahan ditambah dengan kepercayaan pengguna terhadap suatu layanan teknologi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan layanan tersebut. Siri *et al.* (2017) menyebutkan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived easy of use*) memiliki pengaruh kuat dan lemah terhadap sikap pengguna (*attitude toward using*).

Penelitian tentang perkembangan teknologi keuangan menarik untuk dilakukan untuk mengetahui minat pengguna terhadap aplikasi yang ditawarkan oleh penyedia layanan maupun sikap pengguna pada saat memutuskan menggunakan aplikasi tersebut. Disadari atau tidak penggunaan teknologi keuangan telah menjadi kebutuhan pelengkap dari aktivitas pokok manusia pada berbagai rentang usia. Oleh karena itu menjadi penting untuk mengetahui pandangan pengguna secara langsung terhadap aplikasi *e-Money*, terutama pada generasi millennial yang begitu dekat dengan aplikasi teknologi dengan mempertimbangkan konsep perilaku pengguna.

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Minat Transaksi Menggunakan *e-Money*

e-Money sudah dikenal oleh masyarakat sejak tahun 2007 dan dipelopori oleh Bank Central Asia (BCA) melalui produknya BCA Flazz, selanjutnya diikuti oleh perusahaan perbankan yang lainnya, seperti Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Mega dan Bank DKI (Ramadhan *et al.* 2016). Perkembangan transaksi keuangan (*fintech*) mulai dikenal luas masyarakat tahun 2015 dan mulai berkembang semakin pesat tahun 2016. Pada saat ini sudah terdapat lebih dari puluhan penyedia *e-Money* yang terdiri dari perusahaan telekomunikasi dan perbankan. Perusahaan tersebut meliputi BPD DKI Jakarta, Bank Mandiri, Bank Central Asia (BCA), PT. Telekomunikasi Indonesia, PT. Telekomunikasi Seluler, Bank Mega, PT. SKYESAB Indonesia, PT. Indosat, Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), PT. XL Axiata, PT. FINNET Indonesia, PT. Artajasa Pembayaran Elektronik, Bank Permata, Bank CIMB Niaga, PT. Nusa Satu Inti Artha, PT. Bank National Nobu, PT. Smartfren Telecom, PT. MVCOMMERCE Indonesia dan PT. WITAMI Tunai Mandiri (Salsabila & Giri, 2017)

Alasan pengguna lebih memilih sistem pembayaran non tunai adalah karena proses pembayaran memiliki banyak manfaat, salah satunya proses pembayaran yang lebih cepat dan mudah (Rahmatika & Fajar, 2019). Kemudahan dalam bertransaksi ini dapat dirasakan ketika konsumen melakukan pembelian, karena konsumen cukup terhubung dengan koneksi internet, membuka aplikasi, memilih produk yang akan dibeli dan membayarnya (Sari *et al.* 2019). Minat transaksi menggunakan *e-Money* dapat diperhatikan dengan menggunakan teori yang mampu menjelaskan seberapa besar tingkat keberterimaan dan penggunaan suatu teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini melakukan tinjauan tentang minat transaksi menggunakan *e-Money* dengan menggunakan *Theory Reason Action* yang dijelaskan oleh Ajzen & Fishbein (1980) dan *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis (1986).

Theory Reasoned Action

Theory of Reasoned Action adalah teori yang menjelaskan bahwa perilaku (*behavior*) benar-benar dilakukan karena individu mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya (*behavioral intention*) atau dengan kata lain minat perilaku akan menentukan perilakunya (Ajzen & Fishbein, 1980). Teori ini menjelaskan tentang tahapan-tahapan seseorang dalam berperilaku. Pada tahap awal, perilaku (*behavior*) ditentukan oleh niat (*intention*). Pada tahap

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

kedua tujuan dapat dijelaskan dalam bentuk sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma-norma subyektif (*subjective norms*). Pada tahap ketiga, dipertimbangkan sikap-sikap (*attitudes*) dan norma-norma subyektif (*subjective norms*) dalam bentuk kepercayaan mengenai konsekuensi mengenai perilaku yang dilakukannya dan tentang ekspektasi normatif tentang apa yang orang lain lakukan dan menentukan untuk apa kita lakukan. Hal ini Keputusan seseorang untuk menunjukkan perilakunya dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

Norma Subyektif (*Subjective Norms*)

Tekanan sosial juga menjadi faktor penentu dalam *Theory Reasoned Action*. Seseorang akan berusaha memenuhi sejumlah norma subyektif berdasarkan pada norma subyektif dari orang-orang yang berada di lingkungan sekitar seperti keluarga dan teman (Ariyanto, 2018). Norma subyektif didefinisikan sebagai persepsi seseorang bahwa kebanyakan orang yang penting baginya berpikir atas perilaku apa yang harus atau tidak harus dilakukan oleh yang bersangkutan. Norma subyektif secara singkat adalah keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan atas apa yang kita perbuat, sehingga norma subyektif dimaksudkan untuk memperhitungkan pengaruh sosial atas perilaku seseorang (Amalia, 2018).

Minat perilaku merupakan penentu perilaku ketika menunjukkan validitas prediktif dan validitas eksternal dari model *Theory Reasoned Action* dalam aplikasi sikap seseorang pada dunia nyata. Hal ini menunjukkan bahwa norma subyektif menjadi penentu seseorang menentukan minatnya untuk melakukan sebuah perilaku.

H₁: Norma subyektif berpengaruh terhadap minat transaksi menggunakan *e-Money*.

Sikap (*Attitude*)

Keputusan untuk menyukai atau tidak menyukai penggunaan suatu produk merupakan sikap pada pengguna. Sikap ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku atau niat seseorang dalam menentukan pilihan suatu produk yang akan digunakan. *Attitude toward using* merupakan sikap menyukai atau tidak menyukai terhadap suatu produk yang digunakan untuk memprediksi perilaku atau tujuan seseorang dalam menggunakan produk tersebut. Sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) didefinisikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang ketertarikannya dalam menggunakan teknologi (Hanggono *et al.*, 2015).

Sikap pengguna merupakan faktor yang mempengaruhi keinginan dalam melakukan sesuatu. Jadi, semakin tinggi tingkat evaluasi diri bahwa menggunakan teknologi informasi menguntungkan bagi dirinya sendiri, maka akan semakin tinggi minat keperilakuan individu untuk bertansaksi menggunakan *e-Money* dalam kehidupan sehari-hari.

H₂: Sikap berpengaruh terhadap minat transaksi menggunakan *e-Money*

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu teori sistem informasi yang membuat model tentang proses penggunaan atau penerimaan dalam menggunakan teknologi. Konsep *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986 menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sistem informasi (Amalia, 2018). Perluasan konsep *Technology Acceptance Model* diharapkan akan membantu memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang diperlukan mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap individu (Lee & Panteli, 2010).

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Metode ini menjelaskan bahwa ketika menggunakan sistem informasi terdapat sejumlah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan menggunakan sistem informasi tersebut. Teori ini membuat model perilaku seseorang sebagai suatu fungsi dari sebuah tujuan perilaku. Tujuan perilaku seseorang ditentukan oleh sikap atas perilaku tersebut. Jadi dapat disimpulkan reaksi dan persepsi pengguna *e-Money* akan mempengaruhi sikapnya dalam menentukan minatnya untuk menggunakan *e-Money* pada saat melakukan transaksi, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah persepsi pengguna atas kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan *e-Money* sebagai alat untuk bertransaksi.

Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived of Usefulness*)

Persepsi kebermanfaatan dapat diartikan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya (Candraditya & Idris, 2013). Kinerja yang dipermudah ini dapat memberikan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, misalnya penyelesaian tugas yang lebih cepat dengan hasil yang memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakannya produk atau teknologi tersebut.

Persepsi kebermanfaatan adalah satu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Dari pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan *e-Money* dapat meningkatkan produktivitas, kinerja, tugas, efektivitas, dan prestasi kerja seseorang yang menggunakannya. Berdasarkan definisi dan indikator-indikator yang telah disebutkan, dapat diartikan bahwa kebermanfaatan dari penggunaan teknologi informasi diharapkan dapat membantu seseorang dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya.

H₃: Persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat transaksi menggunakan *e-Money*.

Persepsi Kemudahan (*Perceived of Ease of Use*)

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa sistem teknologi tertentu dapat digunakan dengan mudah atau tanpa usaha (Tirtana & Sari, 2014). Persepsi kemudahan mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan yang berdasarkan keinginan penggunanya atau *user*. Beberapa indikator persepsi kemudahan penggunaan antara lain meliputi *easy to learn, ease to use, clear and understandable, serta become skillful*. Dengan begitu apabila jasa yang diberikan teknologi dianggap mempermudah pengguna dalam menyelesaikan pekerjaannya maka akan mendorong para pengguna untuk menerima atau menggunakan teknologi tersebut.

Persepsi kemudahan didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh seseorang mengenai penggunaan sistem informasi yang akan digunakan. Jadi, semakin tinggi persepsi individu mengenai suatu teknologi informasi yang membebaskannya dari usaha, maka akan semakin tinggi sikap individu untuk menerima penggunaan *e-Money*.

H₄: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat transaksi menggunakan *e-Money*.

Metode Penelitian

Populasi, Sampel dan Data Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan untuk mendapatkan pernyataan pengguna teknologi informasi terhadap aplikasi *e-Money* melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif pada semua fakultas yang

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

ada di Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling* dan diperoleh 393 mahasiswa sebagai responden penelitian. Mahasiswa yang dipilih sebagai responden merupakan pengguna *e-Money* untuk melakukan transaksi dalam menunjang aktivitas rutinnnya.

Variabel dan Pengukuran Variabel

Pernyataan responden dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui minat transaksi menggunakan *e-Money* sebagai variabel dependen dengan ditinjau dari norma subyektif (*subjective norms*), sikap (*attitude*), persepsi kebermanfaatan (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived of ease to use*) sebagai variabel independen. Tanggapan responden atas item pernyataan dalam kuesioner diukur dengan skala likert dengan skor 1 sampai 5 untuk pernyataan Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju.

Minat transaksi menggunakan *e-Money* diukur dengan mengembangkan dua item pernyataan dari penelitian Tirtana & Sari (2014). Untuk norma subyektif (*subjective norms*) diukur dengan empat item pernyataan yang dikembangkan dari Alqasa *et al.* (2015). Sikap (*attitude*) diukur dengan empat item pernyataan yang dikembangkan dari Alqasa *et al.* (2015) dan Hanggono *et al.* (2015). Untuk persepsi kebermanfaatan (*perceived of usefulness*) diukur dengan empat item pernyataan yang dikembangkan dari penelitian Tirtana dan Sari (2014). Demikian juga untuk persepsi kemudahan (*perceived of ease of use*) diukur dengan empat item pernyataan yang dikembangkan dari Tirtana & Sari (2014).

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda untuk menganalisis data dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Sebelumnya dilakukan uji kualitas data berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan. Disamping itu juga dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Setelah uji kualitas data dan asumsi klasik, maka persamaan regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

$$MB = a + b_1NS + b_2S + b_3PKEB + b_4PKEM + e$$

Keterangan:

MB = Minat Transaksi Menggunakan *E-Money*

NS = Norma Subyektif (Subjective Norms)

S = Sikap (*Attitude*)

PKEB = Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived of Usefulness*)

PKEM = Persepsi Kemudahan (*Perceived of Ease of Use*)

Hasil Analisis Data dan Pembahasan

Hasil Uji Kualitas Data

Dalam penelitian ini pengujian kualitas data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi *product moment pearson* yang digunakan untuk menguji setiap item pernyataan. Item pernyataan dikatakan valid apabila memiliki nilai probabilitas < 0,05. Uji validitas pada penelitian ini menunjukkan nilai korelasi dengan nilai

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

signifikansinya dibawah α 0,05, sehingga setiap item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Nilai r	Keterangan
Minat Transaksi Menggunakane-Money	2	0,429-0,850	Valid
Norma Subyektif	4	0,217-0,718	Valid
Sikap	4	0,557-0,893	Valid
Perspektif Kebermanfaatan	4	0,572-0,865	Valid
Persepsi Kemudahan	4	0,560-0,855	Valid

Sumber: data primer diolah, 2020

Uji reliabilitas dilakukan dengan *cronbach alpha* untuk seluruh instrumen dari semua variabel dalam penelitian ini. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,06 (Gozhali, 2011: p. hal 29).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Apha	Keterangan
Minat Tansaksi Menggunakane-Money	0,600	Reliabel
Norma Subyektif	0,679	Reliabel
Sikap	0,879	Reliabel
Persepsi Kebermanfaatan	0,869	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,853	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2020

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik menggunakan regresi linier berganda dilakukan sebelum pengujian hipotesis. Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* jika memiliki nilai signifikansi > 0,05 dinyatakan data terdistribusinormal. Pada pengujian ini hasil menunjukkan nilai signifikansi 0,200 > 0,05 yang berarti data penelitian ini terdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas untuk persamaan regresi linier berganda diuji dengan melihat nilai *value inflation factors* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance value* > 0,1 maka dinyatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model regresi. Penelitian ini menunjukkan nilai *tolerance* antara 0,350-0,751 (> 0,1) untuk setiap variabel independen dan didukung *value inflation factors* (VIF) antara 1,402-2,853 (< 10). Oleh karena itu, tidak terjadi masalah multikolinearitas pada persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian. Uji Heteroskedastisitas menggunakan uji Glesjer dan dinyatakan tidak terjadi masalah dalam model penelitian jika signifikansi > 0,05. Uji ini dilakukan dengan meregresikan nilai *absolute residual* dari setiap variabel independen. Hasil uji glesjer menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Norma Subyektif	0,059	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Sikap	0,759	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kebermanfaatan	0,783	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kemudahan	0,167	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data primer diolah, 2020

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan perolehan F hitung = 1,181 dan signifikansi 0,05. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan angka 0,291 (29,1%). Pengujian hipotesis dengan model regresi linier berganda menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$MB = 1,009 + 0,156NS + 0,135A + 0,49PKEB + 0,49PKEM + e$$

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Regresi Linier Berganda

Variabel	t hitung	Signifikansi	Keterangan
Norma Subyektif	5,057	0,000	H ₁ diterima
Sikap	3,335	0,001	H ₂ diterima
Persepsi Kebermanfaatan	1,180	0,239	H ₃ ditolak
Persepsi Kemudahan	1,205	0,229	H ₄ ditolak

Sumber: data primer diolah, 2020

Hasil pengujian regresi untuk norma subyektif menunjukkan koefisien regresi 0,156 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka **H₁ diterima**. Penelitian ini menunjukkan bahwa norma subyektif berpengaruh terhadap minat transaksi menggunakan *e-Money*. Dengan adanya norma subyektif memberikan dukungan pada pengguna untuk melakukan transaksi menggunakan *e-Money* dengan mempertimbangkan penggunaan aplikasi tersebut di lingkungan sekitarnya. Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alqasa *et al.* (2014).

Hasil pengujian regresi untuk sikap menunjukkan koefisien regresi 0,135 dengan tingkat signifikansi 0,001. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka **H₂ diterima**. Penelitian ini memberikan bukti bahwa sikap berpengaruh terhadap minat transaksi menggunakan *e-Money*. Minat seseorang untuk melakukan transaksi menggunakan *e-Money* dapat dilihat dari sikap pengguna tersebut terhadap pengoperasian *e-Money* yang digunakan. Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alqasa *et al.* (2014) dan Hanggono *et al.* (2015).

Persepsi kebermanfaatan menunjukkan koefisien regresi 0,49 dengan tingkat signifikansi 0,239 berdasarkan hasil pengujian regresi yang dilakukan. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka **H₃ ditolak**. Hal ini berarti persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat transaksi menggunakan *e-Money*. Manfaat yang diperoleh dari transaksi menggunakan *e-Money* dirasa belum cukup untuk pengguna, karena penggunaan *e-Money* dinilai kurang efektif dan efisien dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian ini tidak menguatkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tirtana & Sari (2014) dan Siriet *et al.* (2017). Pengguna sebenarnya sudah memahami bahwa transaksi *e-Money* memiliki beberapa keunggulan, akan tetapi kebutuhan bertransaksi secara tunai masih menjadi pertimbangan utama.

Persepsi kemudahan menunjukkan koefisien regresi 0,49 dengan tingkat signifikansi 0,229 berdasarkan hasil pengujian regresi yang dilakukan. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka **H₄ ditolak**. Hal ini berarti persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat transaksi menggunakan *e-Money*. Pada dasarnya pengguna sudah mengetahui bahwa penggunaan *e-Money* tidak sulit, akan tetapi pilihan tempat bertransaksi dengan *e-Money* belum tersedia secara lengkap sehingga penggunaan transaksi manual masih menjadi pertimbangan utama. Hasil penelitian ini tidak menguatkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tirtana & Sari (2014) dan Siriet *et al.* (2017).

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dari pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini beserta pembahasannya, maka dapat disimpulkan bahwa norma subyektif (*subjective norms*) dan sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap minat transaksi menggunakan *e-Money*, sedangkan persepsi kebermanfaatannya (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived of ease of use*) tidak berpengaruh terhadap minat transaksi menggunakan *e-Money*. Secara umum kondisi lingkungan dan teman dekat mempengaruhi pengguna dalam melakukan transaksi dengan *e-Money*, pengguna juga sudah memahami bahwa *e-Money* memiliki berbagai manfaat dan tidak sulit untuk digunakan. Akan tetapi pada kenyataannya pilihan melakukan transaksi secara tunai masih menjadi pertimbangan utama mengingat penelitian ini menggunakan mahasiswa sebagai responden penelitian. Disamping itu mobilitas mahasiswa tidak begitu tinggi, sehingga melakukan transaksi secara manual dianggap lebih memadai. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan variabilitas responden yang berbeda, bahkan dapat dilakukan pada wilayah-wilayah yang terkategori padat sehingga lebih efisien dan ekonomis jika melakukan transaksi secara elektronik daripada secara manual. Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan penggunaan model penelitian yang berbeda, serta memfokuskan jenis *e-Money* yang digunakan oleh para pengguna layanan *e-Money*. Bagi perusahaan penyedia layanan *e-Money* diharapkan dapat menggunakan penelitian tentang fintech untuk melakukan evaluasi implementasi *e-Money* di Indonesia, sehingga dalam penyelenggaraan *e-Money* dapat disesuaikan dengan kondisi masyarakat di Indonesia.

Daftar Pustaka

Jurnal:

- Alqasa, K. M., Isa, F. M., Othman, S. N. & Zolait, A. H. S. (2014). The Impact of Students' Attitude and Subjective Norms on The Behavioural Intention to Use Services of Banking Sistem. Universiti Utara Malaysia. *International Journal Business Information Systems*, 15(1), 105–122. <http://dx.doi.org/10.1504/IJBIS.2014.057967>
- Amalia, S. N. A. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Individu terhadap Financial Technology (FINTECH) Syariah (PAYTREN) sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran. *Iqtishaduna*, 9(1), 57–73. e-ISSN:2655-9714.
- Ariyanto, D. (2018). Pengaruh Attitude, Subjective Norm dan Perceived Behavioural Control Terhadap Repurchase Intention E-Money. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 583–589. e-ISSN:2549-192X.
- Candraditya, H. & Idris. (2013). Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 2(1):1–11. e-ISSN:2337-3792.
- Hanggono, A. A., Handayani, S. R. & Susilo, H. (2015). Analisis Atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model) dalam Mendukung Bisnis Online dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1), 1–9.
- Lee, J. Y. H. & Panteli, N. (2010). Business Strategic Conflict in Computer-Mediated Communication. *European Journal of Information Systems*, 19(2), 196–208. [doi:10.1057/ejis.2010.4](http://dx.doi.org/10.1057/ejis.2010.4).
- Prajanto, A. & Pratiwi, R. D. (2019). Revolusi Industri 4.0: Desain Perkembangan Transaksi dan Sistem Akuntansi Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 10(1), 86–96. <http://dx.doi.org/10.36694/jimat.v10i1.187>.
- Prastiti, D. E., Mukhlis, I. & Haryono, A. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus:

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

UangElektronikBrizzi).*JurnalEkonomidan Studi Pembangunan*, 7(1), 75–82.e-ISSN:2502-7115.

Rahmatika, U. & Fajar, M. A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAMA-TPB dengan Perceived Risk.*Jurnal Nominal*, 7(2), 274–284.<http://dx.doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>.

Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B. & Irviana, L. (2016) Persepsi Mahasiswa dalam Mnegunakan e-Money.*Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 131–145.<https://doi.org/10.34001/jdeb.v13i2.470>.

Salsabila, N. & Giri, R. R. W. (2017). Peta Positioning Uang Elektronik Berdasarkan Persepsi Masyarakat di Indonesia Tahun 2017. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 34–41.e-ISSN:2580-9539.

Siri, M., Fitriyani & Herliana, A. (2017). Analisis Sikap Pengguna Paytren Menggunakan Technology Acceptance Model.*Jurnal Informatika*, 4(1), 66–75.<https://doi.org/10.31311/ji.v4i1.1613>.

Proceedings:

Sari, S. P., Pinandita, S. & Sholikhah, H. (2019). Minat Transaksi Daring Melalui Jasa Transportasi GO-JEK: Kepercayaan, Kemudahan Transaksional, Pemahaman Risiko dan Kualitas Layanan. *Proceeding of The 10th University Research Colloquium (URECOL), Bidang Sosial, Ekonomi dan Psikologi*, 159–168. ISSN: 2047-9189.

Tirtana I.&Sari, S. P.(2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.*Proceeding of Syariah Paper Accounting FEB-UMS*, 671–688. ISBN: 978-602-70429-2-6.

Buku:

Ajzen, I.& Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavioural*.Englewood Clifts, New Jersey: Prentice Hall

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Publikasi Pemerintah:

Bank Indonesia. (2018). Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang *Uang Elektronik*. Retrieved from<https://www.bi.go.id/id/peraturan/>.

Tugas Akhir (Skripsi/Tesis/Disertasi):

Davis, F.D. (1986).*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*(PhD. Dissertation). Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.