PERGESERAN SISTEM PEMBAYARAN UANG TUNAI MENJADI APLIKASI PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG

(*Safina Eki Agustina, (Anik Malikah, dan (*** Afifudin**

Email : safinaeki645@gmail.com

Universitas Islam Malang

ABSTRACT

This study aims to describe the shift of cash payment system into application in students in Malang reviewed in terms of benefit perception, ease perception, risk perception, service features and consumptive attitude. This type of research is descriptive qualitative, using primary data. The subjects of this study were undergraduate students of Accounting study program, Islamic University of Malang, State University of Malang, Widyagama University Malang and Muhammadiyah University of Malang. This study uses purposive sampling and snowball sampling techniques. Data collection method is done by conducting interviews, observations, and documentation, in addition to reducing data in order to get accurate conclusions from the data obtained. The results of this study stated that from the perception of benefits, perceptions of convenience, risk perception, service features and consumptive attitudes that dominate informants to use e-money is the perception of convenience and service features.

Keywords**:** *Payment system, cash, e-money*

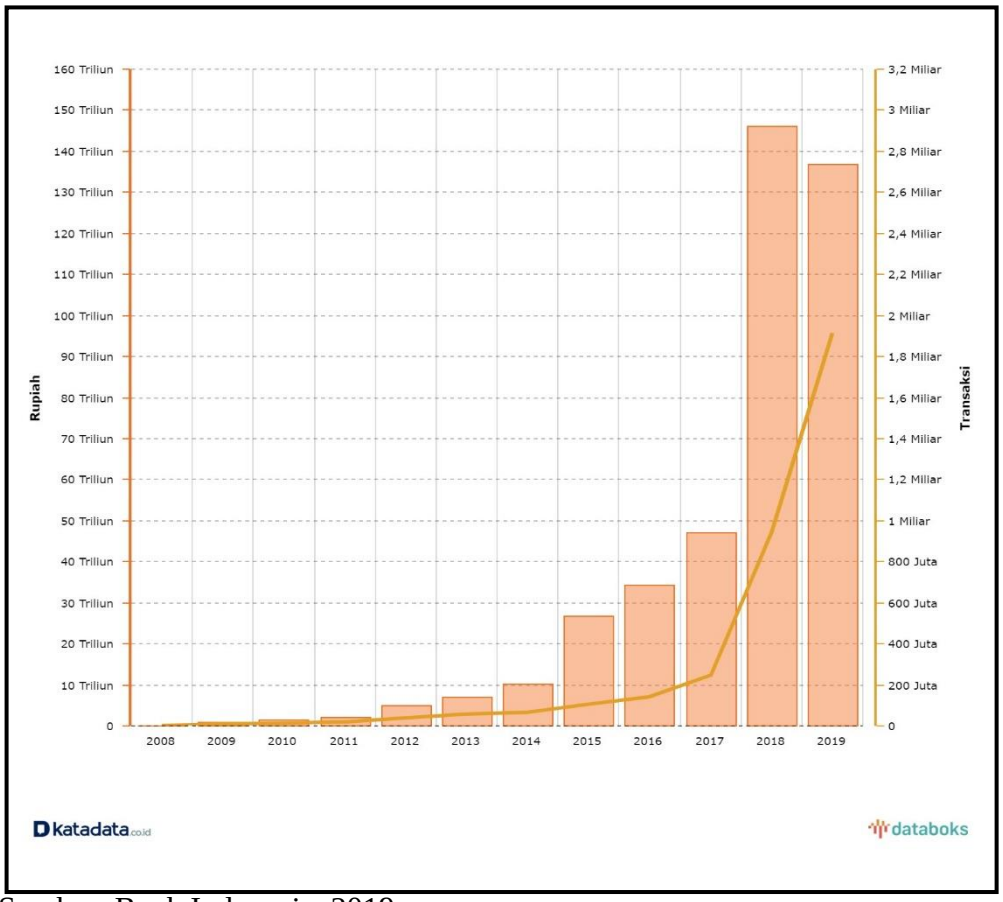
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan ekonomi, manusia dalam memenuhi kebutuhannya membutuhkan kemudahan dalam bertransaksi. Di era industri 4.0 yang terjadi di dunia, khususnya di Indonesia telah terjadi perkembangan teknologi informasi komunikasi pada bidang ekonomi yakni terjadinya pergeseran sistem pembayaran uang tunai menjadi aplikasi atau uang elektronik. Munculnya uang elektronik dilatar belakangi oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *trend less cash society* di Republik Indonesia.

Berikut data Bank Indonesia. Volume transaksi uang elektronik pada akhir tahun 2018 sebesar 2,9 miliar meningkat 209,8% dari 943,3 juta pada tahun 2017. Hingga Juli 2019, jumlah transaksi uang elektronik mencapai 2,7 miliar, dan nilai transaksi uang elektronik dalam transaksi uang elektronik melonjak 281,39%. Pada 2018, nilai perdagangan uang elektronik mencapai Rp 47,2 triliun. Angka tersebut meningkat sebesar 34,8 triliun rupiah atau hampir tiga kali lipat dibandingkan tahun 2017., sebesar Rp 12,4 triliun. Hingga Juli 2019 nilai transaksi uang elektronik sudah melampaui nilai transaksi pada tahun 2018, yaitu sebesar Rp 69 triliun. Dengan adanya program Gerakan Nasional Non Tunai yang dicanangkan oleh Bank Indonesia sejak tahun 2014, seiring dengan hal tersebut telah terjadi peningkatan penggunaan uang elektronik pada masyarakat. (Baca Databooks: *Go-Pay*, Uang Elektronik Terpopuler di Indonesia).

Gambar 1.1 Volume Transaksi Uang Elektronik di Indonesia (2008-2019)



Sumber: Bank Indonesia, 2019

Di era 4.0 uang elektronik sudah menjadi alat pembayaran yang sah di berbagai negara, dimana nilai uangnya tersimpan dalam media elektronik (Wijaya, 2018). Beragam penerbit atau penyedia uang elektronik, seperti: OVO, LinkAja, DANA, *m-banking* dan masih banyak aplikasi lainnya. Namun, penggunaan uang elektronik yang ada di Indonesia masih tergolong rendah, karena tidak semua masyarakat, pedagang, swalayan bahkan UMKM dapat bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik. Biasanya pedagang, swalayan dan UMKM hanya menyediakan pembayaran menggunakan *debit* card, *credit card*, dan uang tunai.

Seiring bergesernya segala aspek kehidupan ke arah digitalisasi melalui berbagai teknologi, termasuk dalam hal metode pembayaran. Saat ini masyarakat Indonesia mulai terbuka dengan pembayaran digital sehingga memutuskan untuk menggunakan pembayaran non tunai dengan berbagai alasan, yakni: catatan pemasukan dan pengeluaran dapat dilacak dengan mudah, metode pembayaran yang jauh lebih praktis, keamanan yang lebih terjamin daripada menggunakan uang tunai, *e-money* bersifat anonim maksudnya adalah apabila uang tunai kita hilang maka uang tersebut benar-benar hilang, sedangkan apabila menggunakan *e-money* kita dapat membatalkan transaksi tersebut dan menghentikannya, selain itu apabila kita sedang melakukan transaksi dan adanya penipuan maka kita bisa menarik kembali uang yang sudah kita transfer kepada si pelaku. Selain berkembangnya zaman digitalisasi yang ada di Indonesia, pandemi Covid 19 juga menyebabkan meningkatnya pembayaran non tunai yang terjadi saat ini. Bank Indonesia dan pemerintah menyarankan untuk melakukan pembayaran non tunai dalam bertransaksi, karena hal tersebut dapat mencegah penyebaran virus Covid 19 dan uang merupakan salah satu benda yang berpotensi menjadi sarana untuk menularkan virus Covid 19.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **"Pergeseran Sistem Pembayaran Uang Tunai Menjadi Aplikasi pada Mahasiswa di Kota Malang"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana pergeseran sistem pembayaran uang tunai menjadi aplikasi pada mahasiswa di Kota Malang ditinjau dari segi persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, fitur layanan, dan sikap konsumtif?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pergeseran sistem pembayaran uang tunai menjadi aplikasi pada mahasiswa di Kota Malang ditinjau dari segi persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, fitur layanan, dan sikap konsumtif.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya
   Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dalam mengaplikasikan ilmu atau teori-teori yang telah didapatkan selama menjalani proses pendidikan agar lebih berguna dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pergeseran sistem pembayaran uang tunai menjadi aplikasi pada mahasiswa di Kota Malang.
2. Bagi Pemilik Bisnis atau Emiten

   Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi pertimbangan bagi pemilik bisnis, agar dapat mempermudah melakukan transaksi, serta dapat mengembangkan bisnisnya secara lebih luas. Di sisi lain, keamanan dalam bertransaksi menggunakan *e-money* lebih dapat dipertanggungjawabkan.

3. Bagi Bank Indonesia

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan sistem *e-money* yang ada di Indonesia, yang dapat memberikan nilai positif untuk Bank Indonesia, yakni: terciptanya *trend less cash society* (perilaku masyarakat yang memanfaatkan aplikasi *e-money*), dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang, dan dapat meminimalisir terjadinya uang rusak.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Parastiti, Mukhlis, dan Haryono (2015) melakukan penelitian tentang "Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus Uang Elektronik Brizzi)" penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling.* Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang, dan akibatnya ide pembayaran tunai masih mengakar dalam diri mahasiswa. Siswa lebih suka menggunakan

uang tunai karena alasan kebiasaan, tetapi selain preferensi mereka, lebih mudah dan nyaman menggunakan uang tunai daripada uang elektronik Brizzi.

Fatimah dan Suib (2019) melakukan penelitian tentang "Transformasi Sistem Pembayaran Pesantren Melalui *E-Money* Di Era Digital (Studi Pondok Pesantren Nurul Jadid) penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif berdasarkan hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Dimana hasilnya, pesantren juga mampu menerapkan transaksi *e-money* sebagai media pembayaran pesantren dengan memanfaatkan teknologi untuk membantu menunjang kegiatan kepesantrenan agar berjalan optimal".

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Sistem Pembayaran

Menurut Undang-undang Bank Indonesia No. 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia, menyatakan bahwa "Sistem Pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melakukan transfer dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi".

2.2.1.1 Sistem Pembayaran Tunai

Di bidang stelmen tunai, Bank Indonesia adalah lembaga yang dapat mengeluarkan, mengedarkan, menarik, menarik, dan memusnahkan uang dari mata uang rupiah. Sistem pembayaran tunai Indonesia dalam bentuk mata uang yaitu mata uang, logam, dan uang kertas yang diedarkan dan dikeluarkan oleh Bank Indonesia, serta digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia untuk melakukan transaksi. Uang kartal memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

a. Uang kartal hanya diterbitkan oleh Bank Indonesia.
b. Uang yang diterbitkan berbentuk uang kertas dan uang logam.
c. Undang-undang menjamin penggunaan jenis uang kartal
d. Uang kartal bersifat wajib sebagai alat tukar yang sah untuk kegiatan transaksi jual-beli sehari-hari di masyarakat.

2.1.1.2 Sistem Pembayaran Non Tunai

Pembayaran elektronik menggunakan teknologi informasi dan komunikasi seperti sirkuit terintegrasi (IC), enkripsi, dan jaringan komunikasi. Pembayaran elektronik yang saat ini sedang dikembangkan termasuk mobile banking, internet banking, kartu kredit, kartu debit dan ATM. Kecuali kartu kredit, semua pembayaran elektronik selalu dikaitkan dengan rekening bank pelanggan yang menggunakannya. Semua pelanggan yang melakukan instruksi pembayaran melalui mobile banking, internet banking, kartu kredit, kartu debit, atau ATM akan selalu melalui proses persetujuan dan langsung ditagih ke rekeningnya.

2.2.1.2.1 Gambaran Umum OVO

OVO adalah aplikasi pintar yang menawarkan kemudahan transaksi (OVO cash) dan peluang lebih besar untuk mengumpulkan poin di banyak tempat (OVO poin).

2.2.1.2.2 Gambaran Umum LinkAja

LinkAja merupakan layanan keuangan elektronik berbasis aplikasi yang menjadikan transaksi keuangan semakin seru, lancar dan bebas repot. LinkAja sebelumnya dikenal sebagai Telkomsel Cash atau TCASH.

2.2.1.2.3 Gambaran Umum DANA

DANA adalah metode pembayaran baru di ujung jari Anda. Dengan DANA, Anda dapat melakukan berbagai jenis transaksi elektronik menggunakan berbagai layanan seperti saldo DANA, transfer bank, kartu kredit, dan setoran tunai di toko swalayan.

2.2.1.2.4 Gambaran Umum *M-Banking* BRI

M-banking merupakan sebuah layanan berbasis *online* dari BRI yang menawarkan kemudahan bagi para nasabahnya, hanya dengan memanfaatkan *smartphone*. *M-banking* BRI bernama BRI Mobile.

2.2.1.2.5 Gambaran Umum m-*Banking* BCA

m-BCA adalah layanan produk perbankan PT Bank Central Asia Tbk (BCA) yang menggunakan media SMS atau media SMS di ponsel atau melalui ponsel dan menggunakan menu-menu yang tersedia yang langsung dapat diakses oleh nasabah. Penggunaan Menu BCA Mobile dengan Media Jaringan Internet Seluler dikombinasikan dengan Media SMS, sebagaimana berlaku oleh BCA.

2.2.2 Mahasiswa

Menurut Hartaji, (2012:5), "mahasiswa sedang dalam proses memperoleh atau meneliti ilmu pengetahuan, terdaftar, dan saat ini berbentuk universitas yang terdiri dari fakultas, kolese teknologi, universitas, lembaga penelitian, dan universitas".

2.2.3 Teori Pilihan Rasional

Prinsip dasar teori pilihan rasional berasal dari ekonomi neoklasik. Teori pilihan rasional merupakan usaha dari salah satu tokoh yaitu James S, Coleman (dalam Ritzer, 2012). Coleman telah membuat jurnal, Rationality and Society, yang mengkhususkan diri dalam operasi penaburan dari perspektif pemilihan rasial. Perilaku yang masuk akal memiliki beberapa kata kunci yang harus saling terkait. Aktor (harus rasional). Pilih dari berbagai sumber yang tersedia. Pengendalian sumber daya oleh para aktor.

2.2.4 *Theory Reasoned Action* (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzan (dalam Jogiyanto 2007). "*Theory of Reasoned Action* atau sering disebut dengan Teori Tindakan Beralasan, adalah teori yang menjelaskan bahwa perilaku (*behavior*) benar-benar dilakukan karena individu mempunyai niat atau keinginan untuk melakukannya (*behavioral intention*) atau dengan kata lain minat perilaku akan menentukan perilakunya, menurut Ajzan dan Fishbein (Dalam Amilia, 2019)".

2.2.5 Persepsi Manfaat

Rahmatsyah (2019) mendefinisikan manfaat yang dirasakan sebagai probabilitas subjektif bahwa seorang calon pengguna akan menggunakan aplikasi tertentu untuk meningkatkan kinerja. Semakin mudah, semakin banyak manfaat yang Anda peroleh dari sudut pandang fisik dan non fisik. Hasil yang didapat lebih cepat dan memuaskan dibandingkan tanpa produk dengan teknologi baru (Ramadhan, Prasetyo, Irviana, 2016: 133).

2.2.6 Persepsi Kemudahan

(Jogiyanto, 2008:115) Persepsi kemudahan adalah apakah mereka yang sudah yakin akan suatu sistem informasi yang mudah digunakan akan menerimanya, tetapi sebaliknya yang meyakini bahwa suatu sistem informasi tidak memberikan kemudahan dalam penggunaannya akan menerimanya. Pengenalan kemudahan penggunaan merupakan wadah dimana teknologi inovatif dapat dianggap tidak sulit untuk dipelajari, dipahami dan dioperasikan (Rachmala, 2016: 3).

2.2.7 Persepsi Risiko

Resiko yang dirasakan adalah persepsi ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dalam menjalankan aktivitas (Dowling dan Stealin, 1994). Menurut Schiffmanet et al. (2015), kami mendefinisikan persepsi risiko sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak dapat memprediksi hasil yang diharapkan dari keputusan pembelian mereka. Keamanan dan Privasi. Menunjukkan tingkat keamanan dan privasi saat menggunakan layanan uang elektronik untuk bertransaksi. Kesadaran risiko bisa lebih tinggi dalam kasus-kasus berikut:

a. Tersedianya sedikit informasi mengenai produk
b. Produk yang digunakan merupakan produk baru
c. Produk tersebut memiliki produk yang kompleks
d. Kepercayaan diri konsumen yang rendah untuk melakukan evaluasi merk
e. Produk tersebut penting bagi konsumen

2.2.8 Fitur Layanan

Menurut Schmitt (2015) Fungsi adalah karakteristik yang ditambahkan ke fungsi dasar produk. Fitur ini merupakan alat penting bagi pemasar tradisional untuk mendefinisikan produknya dengan produk pesaing. Itu sebabnya konsumen memilih produknya. Menurut (Koetler, 2008: 273), fitur merupakan sarana kompetitif untuk membedakan suatu produk dari pesaingnya. Sebaliknya, layanan adalah tindakan atau aktivitas yang disediakan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak memberikan kepemilikan. Menurut Hidayati, dkk (2006), terdapat beberapa fitur yang menjadi keunggulan dari e-money atau e-money:

a. Suatu fungsi yang membatasi transfer dan transaksi uang elektronik (uang elektronik).
b. Otentikasi online, yaitu otentikasi yang dilakukan oleh penerbit kartu (penerbit kartu) untuk memverifikasi transaksi yang dilakukan oleh pelanggan (pemilik kartu). Kurangi ukuran data tanpa kehilangan informasi penting
c. Untuk mengumpulkan informasi, penyelenggara mengumpulkan data tentang data pelanggan yang digunakan untuk melacak penipuan (kejahatan).
d. Isi ulang dan uang elektronik hanya dapat digunakan satu kali. Jika dana habis, Anda tidak akan bisa menggunakan uang elektronik.
e. Kartu pintar yang berfungsi sebagai uang elektronik yang dapat ditambahkan ke satu atau lebih aplikasi atau aplikasi lain.

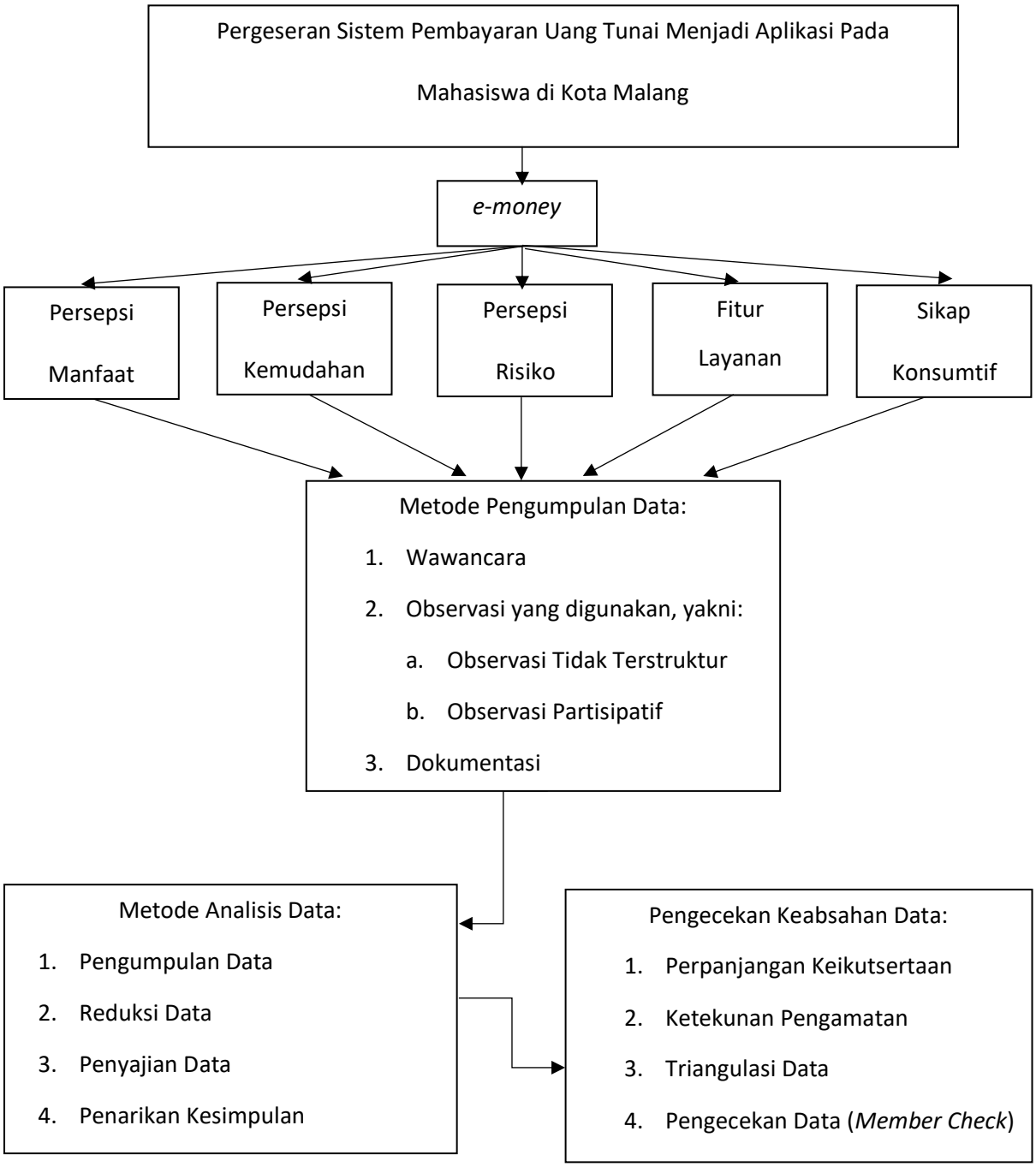
2.2.9 Sikap Konsumtif

Suatu pola konsumtif yang didasari dengan gaya hidup setiap individu, yang didefinisikan pada suatu pilihan seseorang dalam bagaimana seorang individu menghabiskan waktu dan uang

yang mereka miliki. Solomon (dalam Nirmala 2009:255), menurut pengertian ekonomi menjelaskan gaya hidup mewakili hal yang dipilih untuk mengalokasikan pendapatan baik dalam hal alokasi relatif untuk berbagai produk dan layanan, dan untuk alternatif spesifik dalam kategori ini. Untuk pembelian suatu produk konsumen bukan lagi membeli untuk memenuhi kebutuhan hidup (kebutuhan primer) dan (kebutuhan sekunder), tetapi juga untuk memenuhi kepuasan dan kesenangan semata-mata (kebutuhan tersier). Kebutuhan tersier tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka dapat digambarkan kerangka konseptual yaitu sebagai berikut:



METODE PENELITIAN

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memaparkan fakta dalam bentuk penggambaran, penguraian dan penarikan kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan menjadi sebuah bentuk tulisan yang bersifat sistematis.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dituju oleh penelitian ini adalah Universitas-universitas yang ada di Kota Malang.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2020 sampai bulan Maret 2021.

3.2 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 program studi akuntansi fakultas ekonomi yang sedang menempuh pendidikan di Universitas-universitas Kota Malang, baik negeri maupun swasta. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*.

3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yakni data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan atau didapatkan langsung dari sumber pertama. Data yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari informan secara langsung melalui observasi dan wawancara. Data yang diperoleh berasal dari catatan hasil wawancara, hasil observasi lapangan, data-data mengenai informan dan dokumentasi (foto).

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

1) Wawancara
2) Observasi (Observasi tidak terstruktur dan observasi partisipatif)
3) Dokumentasi

3.5 Metode Analisis Data

Miles dan Huberman (2014:17), teknik analisis data dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data
   Langkah ini melibatkan transkrip wawancara, men-*scan* materi, mengetik data lapangan atau memilah dan menyusun data tersebut
2. Reduksi Data
   Artinya adalah sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan
3. Penyajian Data
   Adanya pembatasan dalam penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pada penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel, bagan, dan hubungan antar kategori. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan,

peneliti akan menggunakan prosentase dari masing-masing jawaban yang sudah dipilih oleh informan, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Prosentase informan: $\frac{\Sigma \text{ peminat}}{\Sigma \text{ informan}}$ x 100%

Keterangan:
∑ peminat = informan yang memilih variabel
∑ informan = jumlah informan

4. Penarikan Kesimpulan

3.6 Pengecekan Keabsahan Data

Adapun teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perpanjangan keikutsertaan
2. Ketekunan pengamatan
3. Triangulasi data
4. Pengecekan anggota (*member check*)

HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Subjek Penelitian

4.1.1 Profil Mahasiswa

Dengan adanya perkembangan ekonomi yang terjadi di Indonesia, dimana mahasiswa menjadi agen pembawa perubahan dalam masyarakat. Mahasiswa ikut berperan aktif dengan adanya perubahan tersebut, khususnya mahasiswa program studi S1 Akuntansi universitas negeri dan universitas swasta di Kota Malang. Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan 7 informan diantaranya adalah 4 mahasiswa dari Universitas Islam Malang, 2 mahasiswa Universitas Negeri Malang, dan 1 mahasiswa dari Universitas Widyagama Malang.

4.2 ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN

4.2.1 Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Fitur Layanan dan Sikap Konsumtif dalam Penafsiran Informan

Teori pilihan rasional merupakan tindakan rasional dari individu atau aktor untuk melakukan suatu tindakan atas dasar tujuan tertentu yang dibentuk berdasarkan nilai atau pilihan. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan aktor pada teori pilihan rasional yakni informan yang sudah peneliti wawancara, yang berasal dari mahasiswa S1 Akuntansi universitas negeri maupun universitas swasta yang ada di Kota Malang. Dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan aplikasi *e-money*, informan menentukan salah satu pilihan diantara beberapa pilihan aplikasi *e-money*, yang dirasa aplikasi *e-money* tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

Sedangkan jika dilihat dari teori tindakan beralasan, seseorang akan melakukan suatu tindakan apabila memiliki nilai positif dari pengalaman yang sudah ada dan tindakan tersebut didukung oleh lingkungan individu tersebut. Dalam penentuan penggunaan *e-money*, ada beberapa informan yang berpindah menggunakan produk *e-money* lainnya yang dirasa produk yang saat ini digunakan lebih efisien dan lebih dapat memenuhi kebutuhannya daripada produk *e-money* yang sebelumnya.

TABEL 4.1
Prosentase Hasil Penggunaan *E-Money*

No	Variabel	Prosentase (%)	Kata Kunci
1.	Persepsi Manfaat	3/12x100% = 25%	a. Hemat atau lebih murah tanpa adanya biaya administrasi saat melakukan transaksi kirim uang atau melakukan pembelian dengan menggunakan *e-money* b. Praktis atau *simple* dikarenakan aplikasi *e-money* yang digunakan sudah sinkron dengan aplikasi ojek *online* dan juga aplikasi *e-commerce* c. Efektif dari segi waktu dan juga finansial d. Bermanfaat atau memberikan nilai tambah saat menggunakan aplikasi *e-money* yang belum tentu didapatkan jika menggunakan uang tunai
2.	Persepsi Kemudahan	4/12x100% = 33%	a) Adanya kemudahan untuk melakukan transaksi pada aplikasi *e-commerce* b) Dirasa dapat memenuhi kebutuhan pengguna c) Dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun tanpa ada batasan waktu dan juga jarak d) Mudah diakses e) Mudah digunakan dan dipahami f) Adanya kemudahan untuk melakukan transaksi pada aplikasi ojek *online*, seperti Grab dan Gojek
3.	Persepsi Risiko	0/12x100% = 1%	a. Risiko privasi, yakni adanya data yang disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. b. Risiko finansial, yakni risiko yang kita dapatkan ketika kita hanya bergantung pada *e-money* saja
4.	Fitur Layanan	4/12x100% = 33%	a) Sesuai dengan kebutuhan primer, sekunder maupun tersier b) Adanya rasa lebih baik daripada menggunakan aplikasi *e-money* yang sebelumnya
5.	Sikap Konsumtif	1/12x100% = 8%	a. Adanya kemudahan dalam melakukan pembayaran dalam aplikasi pihak kedua, seperti aplikasi *e-commerce* b. Adanya potongan harga dan *cashback* yang diberikan oleh *e-money* atau pihak kedua apabila menggunakan pembayaran dengan menggunakan *e-money* c. Adanya rasa pemenuhan kebutuhan d. Adanya batasan waktu untuk melakukan transaksi
		100%	

Sumber: Data diolah peneliti

Prosentase informan = $\frac{\Sigma \text{ peminat}}{\Sigma \text{ informan}}$ x 100%

Keterangan:
∑ peminat = informan yang memilih variabel
∑ informan = jumlah suara informan secara keseluruhan

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dilihat dari segi persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, fitur layanan dan sikap konsumtif maka kesimpulan yang peneliti dapatkan yakni sebagai berikut:

1. Prosentase hasil penggunaan *e*-money dari segi persepsi manfaat sebesar 25%, karena saat menggunakan *e-money* hemat atau lebih murah tanpa adanya biaya administrasi saat melakukan transaksi kirim uang atau melakukan pembelian dengan menggunakan *e-money*, praktis atau *simple* dikarenakan aplikasi *e-money* yang digunakan sudah sinkron dengan aplikasi ojek *online* dan juga aplikasi *e-commerce*, efektif dari segi waktu dan juga finansial, dan bermanfaat atau memberikan nilai tambah saat menggunakan aplikasi *e-money* yang belum tentu didapatkan jika menggunakan uang tunai
2. Prosentase hasil penggunaan *e*-money dari segi persepsi kemudahan sebesar 33%, *e*-money memberikan kemudahan untuk bertransaksi pada aplikasi *e-commerce* dan aplikasi ojek *online*, dapat memenuhi kebutuhan pengguna, dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun tanpa ada batasan waktu dan jarak, mudah diakses, mudah digunakan dan dipahami.
3. Prosentase hasil penggunaan *e*-money dari segi persepsi risiko sebesar 1%, risiko yang didapatkan saat menggunakan *e-money* ada 2, yakni risiko privasi dan risiko finansial. Risiko privasi terjadi akibat kebocoran data yang disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, dan risiko finansial muncul jika terlalu bergantung dengan aplikasi *e-money*.
4. Prosentase hasil penggunaan *e*-money dari segi fitur layanan sebesar 33%, Fitur layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan dirasa lebih baik daripada menggunakan aplikasi *e-money* yang sebelumnya akan lebih dipilih dan digunakan.
5. Prosentase hasil penggunaan *e*-money dari segi sikap konsumtif sebesar 8%, adanya kemudahan pembayaran saat menggunakan aplikasi *e-commerce*, adanya diskon atau *cashback* yang diberikan *e-money*, adanya rasa pemenuhan kebutuhan dan adanya batasan waktu yang menyebabkan sikap konsumtif meningkat.
6. Dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, fitur layanan dan sikap konsumtif yang paling mendominasi informan untuk menggunakan *e-money* ialah persepsi kemudahan dan fitur layanan.

5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1) Dikarenakan situasi Pandemi Covid 19, data yang diperoleh peneliti melalui proses wawancara tidak dapat maksimal
2) Jumlah informan yang didapatkan peneliti kurang maksimal

5.3 Saran

Dengan keterbatasan penelitian ini, maka saran yang diberikan peneliti untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1) Lebih terencana dan terstruktur, agar data yang didapatkan maksimal
2) Mencari informan atau responden yang lebih banyak dari penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

Priambodo, Singgih dan Bulan Prabawani. 2015. "*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)*". Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro.

Wibowo, Setyo F. Dede R., dan Usep S. 2015. "*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)*". journal Riset Manajemen Sains Indonesia. Vol. 6, No. 1

Prastiti, Elok Didin., Imam Mukhlis, dan Agung Haryono. 2015. "*Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus: Uang Elektronik Brizzi)*". Journal of Economic and Development Studies. Vol. 7, No. 1

Pratama, Andhika B., dan I Dewa Gede D.S. 2019. "*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol. 27

Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*)

Miles, Matthew B and Huberman A. Michael. 2014. "Analisis Data Kualitatif". Jakarta:UI Press

Moleong, Lexy J. 2016. "Metode Penelitian Kualitatif". Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/07/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk%20mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/ (diakses pada 9 Juli 2020)

https://kuliahmarket.wordpress.com/2017/01/29/teori-tindakan-beralasan-theory-of-reasoned-action/ (diakses pada tanggal 7 September 2020)

https://www.kajianpustaka.com/2020/04/uang-elektronik-atau-electronic-money-e-money.html (diakses pada tanggal 12 September 2020)

https://www.dosenpendidikan.co.id/uang-kartal/ (diakses pada tanggal 14 September 2020)

https://www.dosenpendidikan.co.id/uang-kartal/ (diakses pada tanggal 14 September 2020)

(* Safina Eki Agustina adalah alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang
(Anik Malikah** adalah dosen tetap Universitas Islam Malang sekaligus dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(* Afifudin** adalah dosen tetap Universitas Islam Malang sekaligus dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis