

Analisis Minat Pengguna E-Money Pada Pelanggan Jagung F1 Gian

Sherin Eka Putri¹, Endrawati², Fitra Oliyan^{3*}

¹ Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, sherinekaputri98@gmail.com

² Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, endrawati@pnp.ac.id

³ Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, fitraoliyan@pnp.ac.id

ABSTRAK

Kata Kunci:
E-Money, Jagung F1 Gian,
 TAM

Uang elektronik (*E-Money*) didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam chip atau server. Jagung F1 Gian merupakan usaha kuliner dan oleh-oleh yang memproduksi dan menjual berbagai makanan olahan jagung manis. Sistem pembayaran yang tersedia di Jagung F1 Gian masih tunai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis minat pengguna *e-money* pada pelanggan Jagung F1 Gian. Minat pengguna *e-money* bisa dipengaruhi oleh variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan kondisi fasilitas. Variabel manfaat dan kemudahan penggunaan merupakan dua konstruk utama dari model *Technology Acceptance Model* (TAM). Metode penelitian adalah statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan pelanggan Jagung F1 Gian berasal dari berbagai daerah di Sumatera Barat, responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 88 orang dengan persentase 80%, pelanggan yang berusia 20 sampai 29 tahun yang lebih banyak menggunakan *e-money*, 52 orang responden memiliki jenjang pendidikan S1/D4 (47,3%), 40 orang responden berstatus sebagai pelajar/mahasiswa (36,4%), 35 orang memiliki pendapatan 2.500.000-5.000.000 dengan persentase 31,8%, Uang elektronik yang lebih banyak digunakan responden yaitu Gopay, ShoopePay, Dana dan OVO, jenis pembayaran yang ingin dilakukan pelanggan dalam bertransaksi di Jagung F1 Gian. Terdapat 94 orang memilih melakukan pembayaran menggunakan *e-money* dengan persentase 85,5%.

Received : 26 September 2023

Accepted : 11 Februari 2024

Published : 29 Februari 2024

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang ada di wilayah Indonesia telah mengalami perubahan yang sangat pesat. Salah satunya adalah teknologi internet. Adanya jaringan internet yang semakin luas mendorong masyarakat untuk memperbaharui sistem pembayaran yang ada di lingkungan masyarakat. Saat ini masyarakat memadukan antara teknologi internet dan transaksi secara efektif dan efisien. Perkembangan ini juga berdampak pada penggunaan alat pembayaran. Hal tersebut berdampak terhadap munculnya inovasi adanya alat pembayaran elektronik yang sah, yaitu uang elektronik (*E-Money*) (Fatonah & Hendratmoko, 2020).

Bank Indonesia (BI) telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014 yang bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar, yang pada gilirannya akan dapat mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien. GNNT juga diharapkan mampu meminimalisasi kendala dalam pembayaran tunai, seperti uang tidak diterima karena lusuh/sobek/tidak layak edar dan meningkatkan efisiensi saat transaksi di mana masyarakat tidak perlu membawa uang dalam jumlah besar. Dengan demikian, dapat meningkatkan efektivitas transaksi yaitu menghindari adanya kesalahan hitung atau *human error*. Pada gilirannya GNNT akan dapat mewujudkan ekosistem *cashless society*. Oleh karena itu banyak penerbit yang turut mengembangkan produk *electronic money* dalam rangka mendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *cashless society* di Republik Indonesia.

Jagung F1 Gian merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner yang menjual berbagai makanan olahan jagung manis. Sistem pembayaran di Jagung F1 Gian masih menggunakan uang tunai. Berbagai Bank telah menawarkan usaha ini untuk mulai menggunakan sistem pembayaran non tunai. Tapi pemilik masih belum tertarik menggunakan sistem pembayaran non tunai karena mereka berfikir bahwa menggunakan pembayaran dengan sistem non tunai lebih sulit dari pada menggunakan sistem pembayaran tunai. Mereka beranggapan bahwa transaksi dengan pembayaran non tunai akan membuat pelanggan repot dan proses transaksi menjadi lama. Mereka juga beranggapan bahwa nilai transaksi di Jagung F1 Gian juga masih tergolong kecil yaitu < Rp200.000 per orang, sehingga belum cocok untuk menggunakan sistem pembayaran non tunai.

Padahal menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayati et al (2006) mendapati beberapa keuntungan dari penggunaan *e-money* yang dapat dirasakan oleh konsumen diantaranya: transaksi lebih cepat dan nyaman, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi lebih jauh singkat dan *electronic value* dapat diisi ulang melalui berbagai sarana yang disediakan oleh penerbit. Dibandingkan dengan uang tunai, transaksi menggunakan *e-money* jauh lebih cepat dan nyaman, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), karena pengguna *e-money* tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas atau harus menyimpan uang kembalian (Ndraha, 2019). Manfaat selanjutnya menurut Wibowo et al (2015) dengan menggunakan *e-money*, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang fisik, dapat melakukan transaksi lebih cepat karena tinggal mengurangi nilai di *e-money* sesuai dengan nilai transaksi, tidak perlu menghitung berlembar uang.

Dari keterangan di atas penulis menjadi tertarik untuk mengalisis minat pelanggan Jagung F1 Gian dalam menggunakan *e-money*. Sehingga pendapat dari pelanggan ini bisa diketahui oleh pemilik dan bisa menjadi alat pertimbangan oleh pemilik untuk menyediakan sistem pembayaran non tunai (*e-money*). Dan menurut Zeithaml (2000) Perusahaan yang mengetahui perilaku konsumen terlebih pada minat penggunaannya, maka inovasi sarana maupun produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut dapat diibaratkan sebagai pemberi jawaban atas apa yang diinginkan oleh konsumennya. Akibatnya, konsumen akan memberikan perspektif yang bagus dan terciptanya kepuasan dalam diri konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan kondisi fasilitas terhadap minat menggunakan *e-money* pada pelanggan Jagung F1 Gian.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Technology Acceptance Model* atau (TAM). Model penerimaan teknologi *Technology Acceptance Model* atau (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan oleh Davis et al. (1986) berdasarkan model TRA (Dalimunthe & Wibisono, 2014). TAM menambahkan dua konstruk utama kedalam model TRA. Dua konstruk utama ini adalah manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut. Pemakai teknologi akan mempunyai niat menggunakan teknologi (niat perilaku) jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan (Dalimunthe & Wibisono, 2014). Manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh ke niat perilaku (*behavioral intention*).

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Jagung F1 Gian. Sampel dalam penelitian ini yaitu pelanggan Jagung F1 Gian yang menggunakan *e-money* dan yang paham tentang *e-money*. Pemilihan responden pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel apabila responden tersebut dirasa cocok dijadikan sebagai sumber data penelitian (Sugiyono, 2018). Responden pada penelitian ini berjumlah 110 orang yang dikumpulkan selama 16 hari yaitu dari tanggal 28 Juni 2022 sampai 13 Juli 2022. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Metode dalam penelitian ini adalah statistic deskriptif.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Jagung F1 Gian, maka deskriptif responden yang berhasil dikumpulkan adalah sebagai berikut :

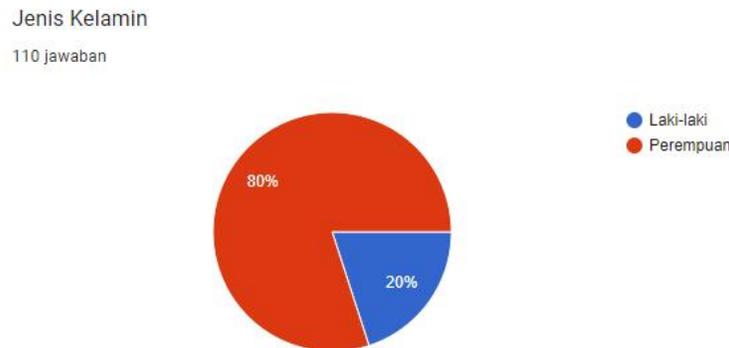
Berdasarkan Alamat



Gambar 1. Alamat Responden
Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Berdasarkan gambar di atas dapat kita lihat bahwa pelanggan Jagung F1 Gian berasal dari berbagai daerah di Sumatera Barat. Tidak hanya dari Sumatera Barat, pelanggan Jagung F1 Gian juga berasal dari luar Sumatera Barat yaitu dari Pekanbaru dan Jakarta. Ini menandakan bahwa usaha ini tidak hanya dikenal dan diminati oleh masyarakat lokal, tetapi juga dikenal dan diminati oleh masyarakat luar yang datang ke Sumatera Barat.

Berdasarkan Jenis Kelamin

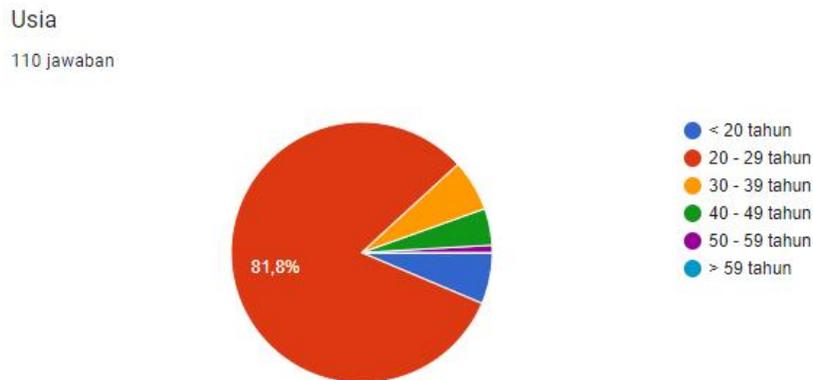


Gambar 1. Jenis Kelamin Responden
Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 88 orang dengan persentase 80%, dan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 22 orang dengan persentase 20%.



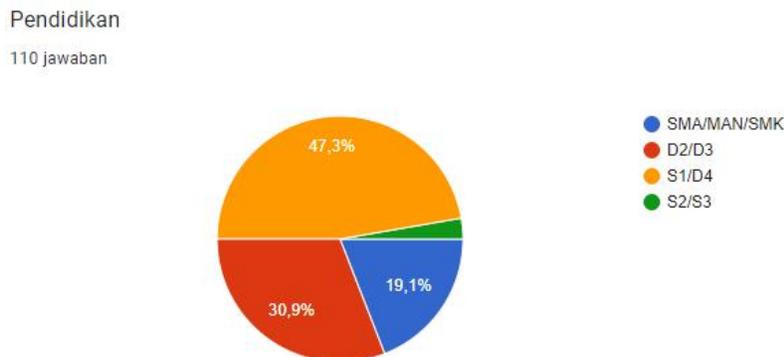
Berdasarkan Usia



Gambar 2. Usia Responden
Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Gambar di atas menunjukkan hasil distribusi responden berdasarkan umur responden. Terdapat 7 orang yang berusia di bawah 20 tahun (6,4%), 90 orang yang berusia 20 hingga 29 tahun (81,8%), 7 orang yang berusia 30 sampai 39 tahun (6,4%), 5 orang berusia 40 hingga 49 tahun (4,5%), dan 1 orang berusia 50 sampai 59 tahun (0,9%). Dari data tersebut dapat kita ketahui bahwa pelanggan yang berusia 20 sampai 29 tahun yang lebih banyak menggunakan *e-money*. Hal tersebut dikarenakan umur 20 sampai 29 merupakan generasi milenial. Milenial merupakan generasi yang sudah tidak bisa lepas dari teknologi dan internet. Milenial memiliki beberapa karakteristik yaitu mahir dalam menggunakan teknologi, dan tidak takut dalam mencoba hal baru ataupun produk baru, hal ini dikarenakan kaum milenial dibesarkan oleh kemajuan teknologi. Inilah yang membuat orang yang berusia 20 sampai 29 banyak yang menggunakan *e-money*.

Berdasarkan Pendidikan

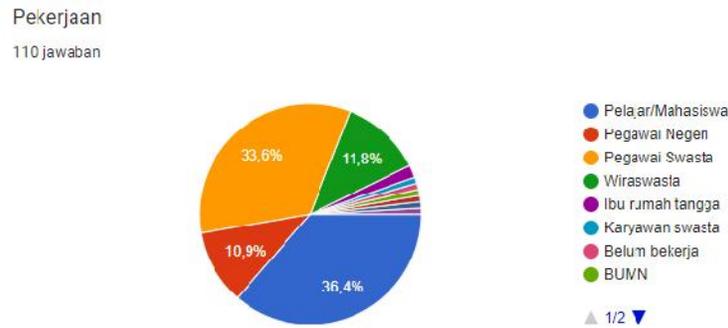


Gambar 3. Pendidikan Responden
Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Gambar di atas menunjukkan distribusi jenjang pendidikan responden pada penelitian ini. Terdapat 21 orang responden memiliki jenjang pendidikan SMA (19,1%), 34 orang responden memiliki jenjang pendidikan D2/D3 (30,9%), 52 orang responden memiliki jenjang pendidikan S1/D4 (47,3%), dan 3 orang responden memiliki jenjang pendidikan S2/S3 (2,7%).



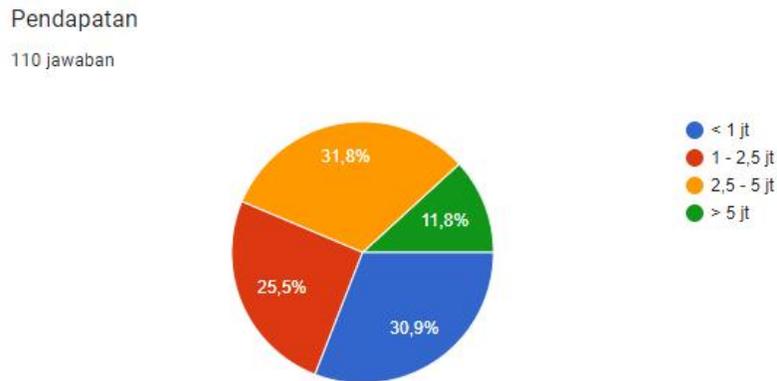
Berdasarkan Pekerjaan



Gambar 5. Pekerjaan Responden
Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Gambar di atas menunjukkan hasil distribusi responden berdasarkan pekerjaan responden. Terdapat 40 orang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa (36,4%), 12 orang berstatus sebagai pegawai negeri (10,9%), 37 orang berstatus sebagai pegawai swasta (33,6%), 13 orang berstatus sebagai wiraswasta (11,8%), dan sisanya memilih pekerjaan lainnya yaitu terdiri dari ibu rumah tangga, pegawai BUMN dan belum bekerja.

Berdasarkan Pendapatan

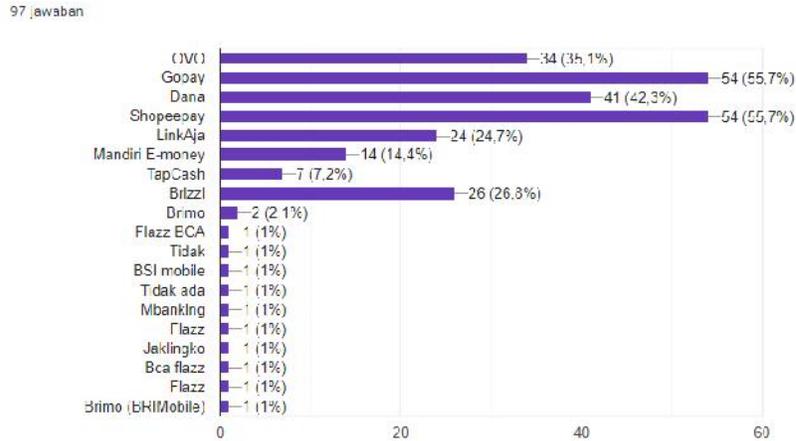


Gambar 4. Pendapatan Responden
Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Gambar di atas menunjukkan hasil distribusi responden berdasarkan pendapatan responden. Terdapat 34 orang memiliki pendapatan kecil dari 1.000.000 dengan persentase 30,9%, 28 orang memiliki pendapatan 1.000.000-2.500.000 dengan persentase 25,5%, 35 orang memiliki pendapatan 2.500.000-5.000.000 dengan persentase 31,8%, dan 13 orang memiliki pendapatan besar dari 5.000.000 dengan persentase 11,8%.



Berdasarkan Jenis Uang Elektronik Yang Digunakan

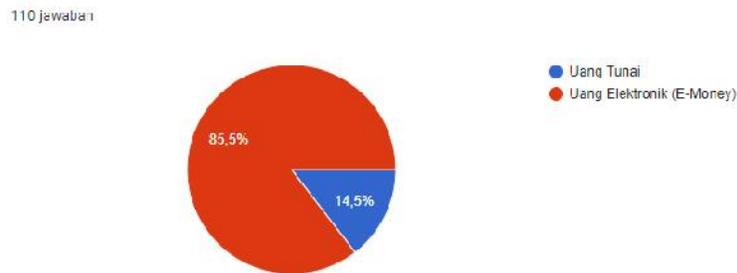


Gambar 5. Jenis Uang Elektronik yang digunakan Responden
Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Gambar di atas menunjukkan berbagai uang elektronik yang digunakan oleh responden. Uang elektronik yang lebih banyak digunakan responden yaitu Gopay, ShoopePay, Dana dan OVO. Hal ini sejalan dengan survei yang dilakukan oleh Populix terhadap 1.000 responden berusia 18-55 tahun di sejumlah kota besar Indonesia. Hasil survei populix menunjukkan terdapat 5 uang elektronik yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Gopay, OVO, Dana, ShopeePay dan LinkAja. Hal ini disebabkan karena uang elektronik tersebut mempermudah transaksi, terintegrasi dengan *e-commerce* dan mudah digunakan. Gopay dan OVO banyak digunakan karena juga diikuti untuk pembayaran transportasi ojek online Gojek dan Grab yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Selanjutnya Shoopepay juga banyak digunakan karena diikuti untuk pembayaran transaksi di *e-commerce* Shoope, yaitu aplikasi belanja online yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Berdasarkan Pilihan Jenis Pembayaran di Jagung F1 Gian

Berdasarkan hal di atas, maka dari itu kedepannya dalam bertransaksi di Jagung F1 Gian saya lebih berminat menggunakan



Gambar 6. Pilihan Jenis Pembayaran Responden
Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Gambar di atas menunjukkan pilihan jenis pembayaran yang ingin dilakukan pelanggan dalam bertransaksi di Jagung F1 Gian. Terdapat 94 orang memilih melakukan pembayaran menggunakan *e-money* dengan persentase 85,5%, dan sisanya sebanyak 16 orang memilih uang tunai dengan persentase 14,5%. Dari gambar di atas dapat kita ketahui bahwa kebanyakan pelanggan lebih memilih menggunakan *e-money* untuk bertransaksi di Jagung F1 Gian. Hal ini dikarenakan



pelanggan dapat merasakan banyak manfaat dari menggunakan *e-money*, pelanggan merasa menggunakan *e-money* mudah dan kondisi fasilitas yang ada telah mendukung mereka untuk menggunakan *e-money*, sehingga pelanggan memiliki minat untuk menggunakan *e-money*.

Tingkat Minat Pengguna E-Money

Tabel 1. Tingkat Minat Pengguna E-Money Berdasarkan Jenis Kelamin

Row Labels	Average of Y
Laki-laki	3,22
Perempuan	3,28

Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Tabel di atas menunjukkan tingkat minat pengguna *e-money* pelanggan Jagung F1 Gian berdasarkan jenis kelamin. Tingkat minat pengguna *e-money* jenis kelamin perempuan lebih tinggi dibanding pelanggan dengan jenis kelamin laki-laki.

Tabel 2. Tingkat Minat Pengguna E-Money Berdasarkan Usia

Row Labels	Average of Y
< 20 tahun	3,21
20 - 29 tahun	3,32
30 -39 tahun	2,82
40 - 49 tahun	3,15
50 -59 tahun	3,00

Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Tabel di atas menunjukkan tingkat minat pengguna *e-money* pelanggan Jagung F1 Gian berdasarkan usia. Tingkat minat pengguna *e-money* paling tinggi dirasakan oleh pelanggan dengan usia 20-29. Tingkat minat pengguna *e-money* paling rendah dirasakan oleh pelanggan dengan usia 50-59.

Tabel 3. Tingkat Minat Pengguna E-Money Berdasarkan Pendidikan

Row Labels	Average of Y
D2/D3	3,41
S1/D4	3,31
S2/S3	3,33
SMA/MAN/SMK	2,94

Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Tabel di atas menunjukkan tingkat minat pengguna *e-money* pelanggan Jagung F1 Gian berdasarkan pendidikan. Tingkat minat pengguna *e-money* paling tinggi dirasakan oleh pelanggan dengan pendidikan D2/D3. Tingkat minat pengguna *e-money* paling rendah dirasakan oleh pelanggan dengan pendidikan SMA/MAN/SMK.

Tabel 4. Tingkat Minat Pengguna E-Money Berdasarkan Pekerjaan

Row Labels	Average of Y
Belum bekerja	3,38
BUMN	3,00
Ibu Rumah Tangga	2,88
Pegawai Negeri	3,42
Pegawai Swasta	3,39
Pelajar/Mahasiswa	3,23
Wiraswasta	2,94

Sumber : Data, Setelah Diolah 2022



Tabel sebelumnya menunjukkan tingkat minat pengguna *e-money* pelanggan Jagung F1 Gian berdasarkan pekerjaan. Tingkat minat pengguna *e-money* paling tinggi dirasakan oleh pelanggan dengan pekerjaan pegawai negeri. Tingkat minat pengguna *e-money* paling rendah dirasakan oleh pelanggan dengan pekerjaan ibu rumah tangga.

Tabel 5. Tingkat Minat Pengguna E-Money Berdasarkan Pendapatan

Row Labels	Average of Y
< 1 jt	3,27
> 5 jt	3,33
1-2,5 jt	3,04
2,5-5 jt	3,44

Sumber : Data, Setelah Diolah 2022

Tabel sebelumnya menunjukkan tingkat minat pengguna *e-money* pelanggan Jagung F1 Gian berdasarkan pendapatan. Tingkat minat pengguna *e-money* paling tinggi dirasakan oleh pelanggan dengan pendapatan sebesar 2,5–5 jt. Tingkat minat pengguna *e-money* paling rendah dirasakan oleh pelanggan dengan pendapatan sebesar 1-2,5 jt.

Simpulan dan Saran

Hasil penelitian menunjukkan pelanggan Jagung F1 Gian berasal dari berbagai daerah di Sumatera Barat, responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 88 orang dengan persentase 80%, pelanggan yang berusia 20 sampai 29 tahun yang lebih banyak menggunakan *e-money*, 52 orang responden memiliki jenjang pendidikan S1/D4 (47,3%), 40 orang responden berstatus sebagai pelajar/mahasiswa (36,4%), 35 orang memiliki pendapatan 2.500.000-5.000.000 dengan persentase 31,8%, Uang elektronik yang lebih banyak digunakan responden yaitu Gopay, ShoopePay, Dana dan OVO, jenis pembayaran yang ingin dilakukan pelanggan dalam bertransaksi di Jagung F1 Gian. Terdapat 94 orang memilih melakukan pembayaran menggunakan *e-money* dengan persentase 85,5%.

Referensi

- Dalimunthe, N., & Wibisono, H. (2014). Analisis Penerimaan Sistem E-Learning Smk Labor Pekanbaru Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 11(1), 111-117.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209-217.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Darmawan, I. Y. (2006). Operasional e-money. *Bank Indonesia*, 1-5.
- Ndraha, E. (2019). *PENGARUH KEMAMPUAN FINANSAL DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PRODUK E-MONEY (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN)*.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440-456.
- Zeithaml, V. A. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67-85.

