

Pengaruh *Perceived Use* dan *Perceived Risk* terhadap Keinginan Transaksi Menggunakan E-Money
(Studi Kasus pada Pelanggan BCA Flazz, Telkomsel T-Cash, dan E-money Mandiri)
The Influence of Perceived Use and Perceived Risk to the Usage Intention of E-Money in Transaction
(Case Study at BCA Flazz, Telkomsel T-Cash, and E-Money Mandiri)

¹Maulana Prima Pratama, ²Dr. Nurdin, S.E., M.Si

^{1,2}Prodi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: mprimapratama1@gmail.com, psm_fe_unisba@yahoo.com

Abstract. This research is aim to analyze the influence of perceived use and perceived risk to the usage intention of e-money in transaction in case of BCA Flazz, Telkomsel T-Cash, and E-Money Mandiri use multiple linear regression analysis. Software which be used in this research is IBM SPSS Statistic 21 version. The result of this research are the customer of e-money rate perceived use at 75% tend to agree that e-money of Bank BCA, Telkomsel, and Bank Mandiri are user friendly, learnable, understable, become know-how, and the rest 25% tend to disagree. Customer's rating on perceived risk showed lower that perceived use with the score of 70%. The lowest rates of this variable are the cards easy to be broken, the technology replaceable, and if the card missing, the issuers have no responsibility. The intent of adoption e-money in transaction is fair enough by the score at 63%. Based on multiple linear regression known that perceived use and perceived risk influence intent of adoption e-money in transaction simultaneously because of the $\text{sig} < 0,05$. So do perceived use influences intent of adoption e-money in transaction partially because of the $\text{sig} < 0,05$, and perceived risk influences intent of adoption e-money in transaction partially because of the $\text{sig} < 0,05$. Contribution total of perceived use and perceived risk on intent adoption e-money in transaction is 51,9%, while the rest 48,1% from other factors.

Keywords: intent adoption e-money in transaction, perceived use, perceived risk.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh perceived use dan perceived risk terhadap keinginan transaksi menggunakan e-money dengan studi kasus pada pelanggan BCA Flazz, Telkomsel T-Cash, dan E-Money Mandiri menggunakan analisis regresi linier berganda. Software analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah IBM SPSS Statistic versi 21. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa penilaian pelanggan terhadap perceived use e-money secara umum menunjukkan nilai sebesar 75% ke arah setuju bahwa e-money Bank BCA, Telkomsel, dan Bank Mandiri mudah digunakan, dipelajari, dimengerti, dan menjadi terampil setelah digunakan dan 25% sisanya menunjukkan penilaian ke arah yang tidak setuju. Penilaian pelanggan terhadap perceived risk menunjukkan nilai yang lebih rendah dengan tingkat kesetujuan sebesar 70%. Indikator paling rendah pada variabel ini adalah kualitas kartu yang mudah rusak, teknologinya dapat dengan mudah digantikan dan jika kartu e-money hilang, maka uangnya juga akan hilang dan tidak menjadi tanggung jawab. Keinginan transaksi menggunakan e-money sudah cukup tinggi dengan tingkat penilaian sebesar 63%. Berdasarkan hasil analisis regresi linier juga diketahui bahwa secara simultan perceived use dan perceived risk berpengaruh signifikan terhadap keinginan transaksi menggunakan e-money karena mempunyai nilai $\text{sig} < 0,05$. Begitu juga secara parsial perceived use berpengaruh signifikan terhadap keinginan transaksi menggunakan e-money karena mempunyai nilai $\text{sig} < 0,05$ dan perceived risk berpengaruh signifikan terhadap keinginan transaksi menggunakan e-money karena mempunyai nilai signifikan $< 0,05$. Total kontribusi pengaruh perceived use dan perceived risk terhadap keinginan transaksi menggunakan e-money adalah sebesar 51,9%, sedangkan 48,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: keinginan transaksi, perceived risk, perceived use.

A. Pendahuluan

Uang di masyarakat berfungsi sebagai suatu alat tukar, mengukur

nilai, membayar barang dan jasa dan untuk menimbun kekayaan. Landasan normatif mengenai sahnya uang diatur pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun

2011 mengenai mata uang.

Hadirnya teknologi pada industri keuangan ini membuat nasabah dapat mengakses akun, transaksi, dan memperoleh informasi mengenai produk tanpa harus melalui kontak fisik dengan perusahaan keuangan tersebut atau kepada penjual (Lee dan Shin, 2017). Oleh karena itu, agar dapat mengikuti perkembangan zaman maka pemerintah menerbitkan peraturan mengenai transaksi elektronik dan uang elektronik melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018.

Dari tahun ke tahun volume transaksi masyarakat di Indonesia semakin banyak menggunakan e-money. Walaupun terjadi peningkatan transaksi menggunakan *electronic money* di Indonesia, namun hal tersebut belum dapat mengurangi secara signifikan penggunaan uang fisik di masyarakat. Fenomena yang terjadi di Indonesia saat ini adalah masih dominannya preferensi masyarakat untuk melakukan transaksi secara konvensional dibandingkan secara elektronik. Hal tersebut terbukti bahwa sepanjang tahun 2012-2016 peredaran uang tunai di Indonesia adalah sebesar 528,53 Triliun atau tumbuh 53,1%; jumlah ATM di seluruh Indonesia sebanyak 104.419 atau tumbuh dengan rata-rata sebesar 54,3% dan total tarikan uang dari ATM sebesar 2.253 Triliun atau tumbuh sebesar 65,5% menurut laporan The G4S World Cash sehingga hal ini menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh Bank BNI.

Selain itu, menurut hasil survei E-Money Survei 2017 disebutkan baru sekitar 56,8% masyarakat Indonesia menggunakan e-money dan 42,43% mengatakan adanya e-money membantu masyarakat. Berdasarkan hasil survei tersebut dapat diketahui bahwa masih rendahnya jumlah nasabah yang menggunakan e-money dan masih banyak yang belum merasa

membutuhkan terhadap e-money. Beberapa risiko penggunaan e-money ini adalah kartu dapat dipindahtangankan karena tidak membutuhkan otentifikasi PIN, kehilangan kartu, merchant yang masih terbatas sehingga menimbulkan keengganan untuk menggunakan, dan penyalahgunaan kartu. Risiko tersebut dapat mempengaruhi pelanggan dalam menggunakan e-money dan tidak melakukan penyimpanan secara besar untuk keperluan transaksi lainnya. Selain itu, risiko lainnya yang dihadapi oleh pengguna e-money adalah kerusakan kartu. Jika kartu tersebut rusak, maka uang relatif tidak dapat dikembalikan sehingga pelanggan harus rela kehilangan uangnya sejumlah satuan tertentu.

Berdasarkan fenomena di atas dapat diindikasikan penilaian masyarakat Indonesia mengenai *perceived use* yang masih rendah serta *perceived risk* yang masih tinggi. Persepsi mengenai tingkat kegunaan berbeda-beda menurut karakteristik dari responden itu sendiri. Penelitian yang dilakukan oleh Ramos, dkk (2014) menyebutkan tingkat *perceived use* terhadap suatu teknologi atau sistem berbeda antara laki-laki atau perempuan, berdasarkan tingkatan umur, pendapatan, tingkat pendidikan, dan lain sebagainya. *Perceived use* adalah persepsi pengguna bahwa produk tersebut mudah digunakan, mudah dipelajari, dan berguna. Teknologi juga terkait dengan tingkat risiko terhadap peluang terjadinya kerugian bagi pengguna.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penilaian *perceived use* ketika menggunakan e-money?
2. Bagaimana penilaian *perceived risk* ketika menggunakan e-

money?

3. Bagaimana tingkat keinginan transaksi masyarakat dalam menggunakan *e-money*?
4. Bagaimana pengaruh *perceived use* dan *perceived risk* terhadap keinginan transaksi menggunakan *e-money* secara simultan?
5. Bagaimana pengaruh *perceived use* dan *perceived risk* terhadap keinginan transaksi menggunakan *e-money* secara parsial?

B. Landasan Teori

Menurut Jogiyanto dalam Ramadhan, Prasetyo, dan Irviana (2016) disebutkan bahwa persepsi kemudahan (*perceived use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Menurut Ramadhan, Prasetyo, dan Irviana (2016) dimensi persepsi kemudahan penggunaan (*perceived used*) adalah mudah untuk dipelajari, mudah untuk digunakan, jelas dan mudah dimengerti dan menjadi terampil.

Menurut Priambodo dan Prabawani (2016) disebutkan bahwa persepsi risiko adalah persepsi pelanggan mengenai ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan. Chen (2015) membagi dimensi *perceived risk* menjadi beberapa bagian yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Risiko keuangan: didefinisikan sebagai tingkat kemungkinan dari *monetary loss*.
2. Risiko fisik: persepsi risiko mengenai tingkat kemungkinan bahwa produk tersebut harmful bagi pelanggan. Selain itu, tingkat kemungkinan kehilangan juga diklasifikasikan sebagai risiko fisik.
3. Risiko psikologis: persepsi risiko mengenai tingkat kemungkinan bahwa seseorang

terpapar oleh tingkat stres karena pelanggan tersebut membeli produk atau sistem tersebut atau bahkan menjadi kecanduan terhadap produk tersebut secara psikologis.

4. Risiko fungsi: persepsi risiko yang timbul terhadap kemungkinan bahwa produk tersebut tidak memberikan kinerja sesuai dengan yang diharapkan ataupun hanya dapat digunakan pada jangka waktu yang relatif pendek.

Keinginan bertransaksi menurut Chen (2015) adalah tingkat minat individu dalam bertransaksi yang diukur dengan keinginan menggunakan, keinginan rekomendasi, dan keinginan preferensi. Dimensi minat beli yang disesuaikan dengan konteks pada penelitian ini adalah keinginan menggunakan atau transaksi menggunakan *e-money* menurut Kotler dan Keller (2017) adalah keinginan untuk transaksi, merekomendasikan produk perusahaan, dan menunjukkan kekebalan.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kausalitas untuk membahas data Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui status terakhir dari variabel yang diamati, sedangkan penelitian kausalitas adalah untuk mengetahui pengaruh *perceived used* dan *perceived risk* terhadap keinginan transaksi menggunakan *e-money*. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan nilai Asymp. Sig Kolmogorov-Smirnov (2-tailed) dengan cara melihat nilai residual data regresi antara variabel prediktor dengan variabel dependen. Data dianggap normal jika mempunyai nilai

signifikansi $> 0,05$ (Setiawan, 2015).

Uji Heteroskedastisitas yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan grafik *Scatterplot*. Uji grafik dilakukan dengan membaca pola *Scatterplot*. Apabila titik-titik membentuk pola tertentu atau berada secara mayoritas pada nilai 0 pada sumbu Y pada *Scatterplot*, maka dapat disimpulkan terdapat heterokedastisitas dan model regresi harus diperbaiki (Setiawan, 2015).

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Data yang baik adalah data yang tidak terdapat masalah multikolinearitas, sehingga prediksi setiap variabel bebas terhadap variabel terikat akurat. Syarat dalam uji multikolinearitas adalah jika memiliki nilai tolerance > 10 persen (0,1) atau nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 (Setiawan, 2015).

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Setiawan, 2015). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (Setiawan, 2015). Dengan ketentuan sebagai berikut:

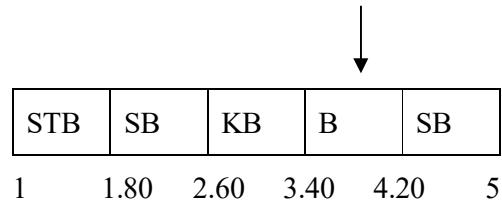
1. Jika nilai $0 < D-W < dL$ maka terdapat autokorelasi positif
2. Jika nilai $dL < D - W < dU$ atau $4 - du < D - W < 4 - dL$, maka tidak memiliki kesimpulan
3. Jika nilai $4 - dL < D-W < 4$, maka terdapat autokorelasi negatif
4. Jika nilai $dL < D-W < 4 - dU$, maka tidak terdapat autokorelasi negatif

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

***Perceive Use* pada Pelanggan BCA Flazz, Telkomsen T-Cash, dan E-money**

Mandiri

Berikut ini posisi variabel *Perceive Use* (X1) pada garis kontinum:

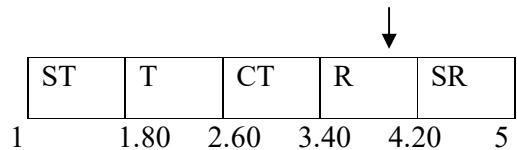


Gambar 1. Posisi Variabel *Perceive Use* (X1) pada garis Kontinum

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif *perceive use* pada pelanggan yang menggunakan e-money BCA Flazz, Telkomsel T-Cash, dan E-Money Mandiri menurut tanggapan responden secara keseluruhan berada dalam kategori berguna. Dari jawaban responden terhadap 7 pernyataan mendapatkan nilai keseluruhan sebesar 3,81 masuk dalam kategori sangat berguna dan berguna. Hal ini menunjukkan masyarakat yang menjadi pelanggan e-money bahwa *perceive use* memiliki tingkat pengaruh terhadap keinginan transaksi menggunakan e-money.

Faktor *Perceive Risk* pada pelanggan BCA Flazz, Telkomsel T-Cash, dan E-money Mandiri

Berikut adalah posisi variabel *perceive risk* (X2) pada garis kontinum:



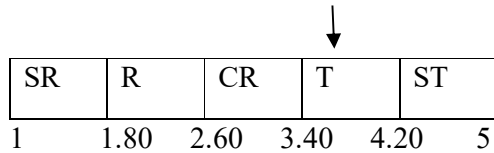
Gambar 2. Posisi Variabel *Perceive Risk* (X2) pada garis Kontinum

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif variabel *perceive risk* secara keseluruhan berada dalam kategori rendah. Hal ini terlihat dari jawaban responden terhadap 9 pernyataan mendapatkan nilai keseluruhan sebesar 3,70 masuk dalam

kategori rendah. Artinya, risiko dari adanya e-money dapat di toleransi oleh pengguna

Keinginan Transaksi menggunakan e-money pada Pelanggan BCA Flazz, Telkomsel T-Cash, dan E-money Mandiri

Berikut adalah posisi variabel keinginan transaksi menggunakan e-money (Y) pada garis kontinum:



Gambar 3. Posisi Variabel Keinginan transaksi (Y) pada garis Kontinum

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif variabel keputusan keinginan transaksi menggunakan e-money secara keseluruhan berada dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 3,67. Artinya, secara umum tingkat keinginan responden dalam menggunakan e-money sudah tinggi.

Berdasarkan hasil pengolahan diketahui bahwa data sudah valid, reliabel, normal, homoskedastisitas, bebas dari masalah multikolinearitas, dan bebas dari autokorelasi.

Tabel 1. Nilai Koefisien Determinasi *Perceived Use* dan *Perceived Risk* Terhadap Keinginan Transaksi Menggunakan *E-Money*

Adjusted R Square
.519

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa koefisien determinasi *store perceived use* dan *perceived risk* terhadap keinginan transaksi menggunakan e-money adalah sebesar 0,519 atau 51,9%, sedangkan sisanya

sebesar 48,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Berpengaruh sebesar 51,9% artinya adalah setiap turun atau naiknya keinginan transaksi menggunakan e-money sebesar 1% dipengaruhi oleh *perceived use* dan *perceived risk* sebesar 51,9%.

Tabel 2. Uji Hipotesis Simultan

F	Sig.
54.514	.000 ^b

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa secara simultan, *perceived use* dan *perceived risk* berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan transaksi menggunakan e-money. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai sig nya < 0,05. Artinya, semua variabel bebas yaitu *perceived use* dan *perceived risk* bersifat prediktor terhadap keinginan transaksi menggunakan e-money sehingga hal tersebut harus diperhatikan untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan.

Tabel 3. Uji Hipotesis t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.606	.011
	PU_Total	3.686	.000
	PR_Total	4.611	.000

Berdasarkan tabel 4.30 di atas dapat terlihat bahwa variabel *perceived use* dan *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap keinginan transaksi menggunakan e-money. Hal tersebut

dapat dilihat dari 2 cara:

- a. Melalui nilai sig, suatu variabel dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan jika mempunyai nilai sig < 0,05. Nilai sig dari *perceived use* dan *perceived risk* terhadap keinginan transaksi menggunakan *e-money* adalah < 0,05 yang artinya berpengaruh secara signifikan.
- b. Membandingkan antara nilai t-hitung dengan t-tabel dan melihat letak nilai t-hitung tersebut pada t-tabel. Nilai t-hitung variabel *perceived use* adalah 3,686, dan *perceived risk* adalah 4,611. Sedangkan nilai t-tabel pada penelitian ini menggunakan Excel dengan fungsi = TINV (*probability*, n-k). Probabilitas yang digunakan adalah 0,05. N adalah jumlah sampel sebesar 100 orang, sedangkan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga rumus yang ditulis pada Excel adalah = TINV (0,05, 100-2). Sehingga didapatkan nilai t-tabel pada penelitian ini adalah +/- 1,98. Pengaruh dikatakan signifikan jika t-hitung > 1,98 dan > -1,98.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penilaian masyarakat terhadap *perceived use* secara umum adalah *e-money* mudah digunakan, mudah dipelajari, mudah dimengerti, dan menjadi terampil setelah menggunakan. Namun, tingkat ketidaksetujuan juga relatif besar dengan penilaian rata-rata sebesar 3,81.
2. Penilaian masyarakat terhadap *perceived risk* ketika menggunakan *e-money* lebih rendah dibandingkan dengan penilaian terhadap *perceived use* nya. Namun, secara umum penilaian terhadap *perceived risk e-money* sudah baik dengan penilaian rata-rata sebesar 3,70.
3. Keinginan transaksi pelanggan

terhadap penggunaan *e-money* sudah cukup tinggi. Walaupun pelanggan memiliki keinginan untuk merekomendasikan dan menyukai transaksi menggunakan *e-money*, ternyata pelanggan tidak selalu menggunakan. Penilaian rata-rata terhadap variabel ini adalah 3,67.

4. Berdasarkan hasil pengolahan diketahui bahwa *perceived use* dan *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap keinginan transaksi menggunakan *e-money* secara simultan dengan kontribusi determinasi secara bersama-sama adalah 51,9%.
5. Berdasarkan hasil pengolahan diketahui bahwa *perceived use* dan *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap keinginan transaksi menggunakan *e-money* secara parsial dengan rincian *perceived use* sebesar 12,4% dan *perceived risk* sebesar 19,4%.

E. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat diketahui bahwa secara umum penilaian pelanggan terhadap *perceived use* dan *perceived risk* terhadap *e-money* sudah baik sehingga membuat tingkat keinginannya cukup tinggi. Namun, sebagian pelanggan masih menilai kualitas kartu mudah rusak, teknologi mudah digantikan, dan kartu yang hilang tidak menjadi tanggung jawab bank. Berdasarkan hal tersebut terdapat poin yang mungkin untuk diadaptasi seperti kemampuan teknologi yaitu sebaiknya uang yang terdapat dala kartu dapat dicairkan ketika pelanggan membutuhkan pecahan uang tunai sehingga keberadaan kartu *e-money* tersebut dapat membantu penggunaanya.

Daftar Pustaka

- Chen, C. (2015). PRIS: A Multiple-Item Scale for Measuring Perceived Risk of Internet Shopping. *The Journal of International Management Studies*, 10 (2), 61-77.
- Kotler, P., & Keller, K. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2017). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Bushor*, 30, 1-3.
- Priambodo, & Prabawani. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Semarang). *Universitas Diponegoro*, 1-9.
- Ramahadhan, Prasetyo, & Irviana. (2016). Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-money. *JDEB*, 14 (2), 131-145.
- Ramos, A., Gaitan, J., & Peral, B. J. (2014). Gender Differences Among Elderly in the Use of Internet Banking Services. *The International Journal of Management Science and Information Technology, Special Issues*, 45-52.
- Setiawan, B. (2015). *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.