Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan e-money

**Iva Novitasari
Rizka Fitriasaki, MSA., Ak., CA.**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono 165, Malang
Email : ivanovitasari@gmail.com atau frifitsa@ub.ac.id

Abstract

The Impact of Compatibility, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment to Intention Usage E-money. *The purposes of this study is to examine the factors that influence intention to use E-money. This research was conducted at Economic and Business Faculty of Brawijaya University in Malang by use a sample survey methodology. Researcher has got sample as 219 students of Accounting Majors who ever use e-money and using Partial Least Square (PLS) program to test the research data. The result of analysis for this model shows that the construct attitude affect the intention to use e-money, along with the construct compatibility, perceived ease of use and perceived enjoyment affect the attitude to use e-money. Even though that perceived ease of use construct did not influence the attitude to use e-money This means that the intention to use e-money is influenced by the construct attitude and the attitude to use e-money is influenced by the compatibility, perceived usefulness and perceived enjoyment. The implication of this research is relevant to the management banking company to consider factor of attitude, compatibility, usefulness and enjoyment in applying and developing e-money transaction in the payment system.*

Abstrak

Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan e-money. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu menggunakan e-money. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang dengan menggunakan metode survei. Peneliti memperoleh sampel sebanyak 219 orang Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang menggunakan e-money dan menggunakan alat uji *Partial Least Square (PLS)* untuk menguji data penelitian. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa konstruk sikap berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan e-money, serta konstruk kecocokan, persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap untuk menggunakan e-money. Sebaliknya, konstruk persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap digunakannya e-money. Hal ini berarti bahwa minat untuk menggunakan e-money dipengaruhi oleh sikap, serta variabel sikap dipengaruhi oleh kecocokan, persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak manajemen bank agar memperhatikan kembali faktor sikap, kecocokan, kegunaan dan kenyamanan dalam menerapkan dan mengembangkan transaksi menggunakan e-money pada sistem pembayaran.

Kata Kunci : Kecocokan, Persepsi kegunaan, Persepsi kenyamanan, minat, sikap, e-money.

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman penggunaan teknologi juga semakin berkembang pesat. Teknologi tidak dapat dipisahkan dan telah berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Teknologi dimanfaatkan untuk pengembangan infrastruktur perusahaan dan pemerintahan agar menjadi lebih efektif, efisien dan menghasilkan pelayanan yang lebih baik bagi para penggunanya. Perkembangan teknologi yang semakin canggih memudahkan kita dalam memenuhi berbagai macam kebutuhan dengan mudah dan cepat. Perkembangan teknologi juga berpengaruh pada pengembangan Sistem Informasi, dimana Sistem Informasi merupakan sebuah aransemen dari orang, data, proses- proses dan antar muka yang berinteraksi, mendukung serta memperbaiki beberapa operasi sehari- hari dalam suatu bisnis termasuk dalam memecahkan soal yang menjadi kebutuhan pembuat keputusan manajemen dan para pengguna yang berpengalaman dibidangnya. Dari perkembangan tersebut, baik dari segi informasi, bisnis, maupun teknologi muncul sebagai akibat dari tuntutan masyarakat yang membutuhkan berbagai informasi dengan cepat dan mudah.

Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin modern secara otomatis kebutuhan primer semakin meningkat sehingga manusia membutuhkan uang. Uang atau alat tukar menukar adalah elemen penting pada kehidupan manusia. Perubahan alat pembayaran berkembang sangat pesat mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi serta kebutuhan manusia. Dewasa ini masyarakat telah menyadari akan pentingnya alat tukar yang tidak bersifat fisik, baik kertas maupun logam, yaitu dengan alat tukar elektronik. Uang elektronik (*electronic money*) atau *e-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan internet seperti sistem penyimpanan harga digital.

Uang elektronik (*e-money*) masih tergolong sebagai inovasi baru. Penggunaanya di Indonesia memang belum begitu populer. Perbankan mencatat ada sekitar 60 juta rekening di Indonesia, tetapi jumlah penggunaan uang elektronik tidak lebih dari 10 juta. Begitu pula dalam industri telekomunikasi, ada sekitar 220 juta pengguna nomor telepon seluler, namun jumlah pemakai uang elektronik berbasis telepon genggam baru 16 juta pengguna (Kompas, 2012). Bank Indonesia sendiri memagari arti uang elektronik (*e-money*) sebagai alat pembayaran yang digunakan untuk transaksi di lembaga yang berbeda. Meski kurang begitu populer, tetapi perkembangan penggunaannya yang pesat beberapa tahun terakhir memberi indikasi penggunaan uang elektronik akan terus meluas.

Secara garis besar, dengan memanfaatkan *e-money* banyak keuntungan yang akan diperoleh penggunaannya terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena pengguna *e-money* tidak perlu membawa uang tunai dan tidak dibingungkan dengan uang kembali, *e-money* juga memberi kemudahan, keamanan, nasabah juga lebih nyaman karena tidak perlu pergi dan membawa uang tunai untuk melakukan transaksi sehingga nasabah menjadi lebih dimudahkan dalam melakukan kegiatan perbankan tanpa batas ruang dan waktu. Dengan hadirnya *e-money* tidak hanya penggunaannya saja yang mendapatkan manfaat melainkan juga menciptakan efek manfaat yang lain bagi bank, yakni meningkatkan pendapatan berbasis komisi atau biaya (*fee based income*). Sebagian besar *fee* berasal dari layanan transaksi yang ditawarkan *e-money*. Selain itu, biaya operasional juga menjadi sangat murah dibandingkan dengan biaya transaksi melalui kantor cabang. Pihak bank dalam mempromosikan *e-money* menyebutkan

bahwa kecilnya resiko yang akan muncul, tetapi apabila diselidiki lebih lanjut, layanan ini juga mempunyai risiko yang dapat menurunkan minat pengguna layanan *e- money*. Pihak perbankan sendiri perlu untuk mengkaji ulang dan perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat digunakan untuk mengembangkan dan memperbaiki layanan ini.

Namun, dalam praktiknya sangat berbeda sekali dengan harapan dan keinginan pihak perbankan akan penerapan *e- money*. *E- money* ini tidak sepenuhnya digunakan oleh para nasabah. Para pengguna lebih senang untuk melakukan transaksi secara tradisional. Banyak dari individu yang menganggap bahwa terlalu besar risiko yang ditimbulkan apabila melakukan *e- money*. Akibatnya, pemanfaatan *e- money* di masyarakat tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dari perusahaan yang menerapkan sistem *uang elektronik*. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai persepsi apa saja yang dapat mempengaruhi sikap individu dalam minat penggunaan layanan *e-money*. Penelitian ini merupakan pengembangan yang mengacu pada penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Pikkarainen *et al.*, (2004), Eriksson *et al* (2005), Rahmatsyah (2011), Purnama (2012), Sari (2012) dan Rizki *et al* (2014). Salah satu model yang sering digunakan untuk menggambarkan tingkat penerimaan terhadap teknologi informasi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model pada penelitian ini menggunakan variabel yang terdapat pada beberapa teori sistem informasi keperilakuan yang terdiri dari *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Sesuai *Technology Acceptance Model (TAM)*, faktor persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan menjadi dasar dalam menentukan penerimaan teknologi informasi. Kedua faktor tersebut memengaruhi minat untuk menggunakan teknologi informasi (*intention to use*) sebelum akhirnya tercipta penggunaan secara aktual dalam keseharian (*actual usage*) (Davis, 1989). Beberapa penelitian telah dilakukan terhadap *e-money* dengan menggunakan model penelitian TAM dan terdapat beberapa penelitian yang memasukkan faktor- faktor baru sebagai bahan modifikasi dari TAM awal yang dikembangkan oleh Davis (1989). Faktor lain yang memengaruhi individu dalam menggunakan *e-money* adalah persepsi kenyamanan (*perceived enjoyment*) (Pikkarainen *et al.*, 2004) dan Kecocokan (Shih dan Fang, 2004). Persepsi kenyamanan dijelaskan bahwa sejauh mana seorang individu melakukan aktivitas menggunakan suatu teknologi yang dianggap menyenangkan dirinya sendiri.

Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti minat penggunaan *e- money* pada mahasiswa Strata Satu Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Hal ini yang membuat penulis merasa perlu melakukan penelitian dikarenakan penggunaan *e-money* ini mulai digemari oleh banyak pihak terutama masyarakat umum dan mahasiswa. Dan beberapa perguruan tinggi sudah mulai menerapkan sistem pembayaran secara elektronik melalui uang elektronik dan tidak menutup kemungkinan beberapa waralaba juga sudah menggunakan sistem tersebut. Sehingga pihak yang terkait dapat membenahi sistem yang telah diterapkan menjadi lebih baik serta mengurangi ketidakyakinan individu dalam bertransaksi menggunakan *uang elektronik* sehingga pihak perbankan memiliki sebuah sistem pembayaran berbasis *uang elektronik* yang dapat menunjang minat individu untuk menggunakan *e-money*.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Apakah kecocokan berpengaruh

terhadap sikap penggunaan *e-money* ? 2) Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money* ? 3) Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money* ? 4) Apakah persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*? 5) Apakah sikap penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*?

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi adalah sebuah komponen dari suatu organisasi yang mengumpulkan, menggolongkan, mengolah, menganalisa dan mengkomunikasikan informasi financial serta pengambilan keputusan yang relevan bagi internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Sistem informasi akuntansi mencakup pencatatan dan pelaporan seluruh transaksi bisnis dan kegiatan – kegiatan ekonomi lainnya.

Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi

Teknologi merupakan sesuatu yang diciptakan untuk memudahkan hidup manusia. Teknologi adalah sebuah alat yang digunakan oleh individu dalam mengerjakan tugas-tugasnya tetapi jika dalam konteks sistem informasi teknologi dipandang sebagai sistem komputer (hardware, software, dan data) yang mendukung pengguna dalam melaksanakan tugasnya. Selanjutnya, Artha (2011) menyebutkan bahwa sistem informasi akuntansi berbasis teknologi merupakan suatu sistem yang dapat membantu untuk membuat, mengubah, menyimpan, mengkomunikasikan dan menyebarkan informasi yang berkenaan dengan akuntansi. Sistem informasi akuntansi berbasis teknologi ini dapat menyebarkan informasi-informasi yang terkait dengan akuntansi secara lebih cepat dan ekonomis. Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan data ekonomi, keuangan, maupun non-keuangan yang dikonversi ke dalam bentuk satuan keuangan dan kemudian diolah sehingga menghasilkan keluaran berupa informasi (Wilkinson, 1993).

Elektronik Money (e-money)

Perkembangan dari teknologi informasi dan inovasi sistem pembayaran mengarah kepada penggunaan alat pembayaran yang semakin efisien, aman, nyaman dan cepat. Uang elektronik (*electronic money*) atau *e-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan internet seperti sistem penyimpanan harga digital. Sedangkan definisi *e-money* menurut Soefrianto,dkk (2012) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut, yaitu diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang terhadap penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan yang terakhir nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Sedangkan Menurut Rizki et al (2000) bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran tunai di mana nilai nominal disimpan dalam sebuah chip kartu prabayar, dan transaksi offline, yang tidak memerlukan baik hubungan langsung dengan bank dan pengguna, di uanmg elektronik tidak merupakan simpanan pengguna. Penggunaan *e-money* sebagai alternatif alat pembayaran non tunai di

beberapa negara menunjukkan bahwa ada potensi besar mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai, terutama pembayaran mikro yang sampai eceran.

Menurut peraturan Bank Indonesia Bank Indonesia No.11 / 12 / PBI / 2009-Uang Elektronik (*Electronic Money*) yang memiliki unsur-unsur berikut: 1) Diterbitkan atas dasar nilai yang dibayarkan oleh pelanggan sebelum penerbit, 2) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, 3) Sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan penerbit uang elektronik, 4) Nilai uang elektronik yang dibayarkan oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit tidak deposit sebagaimana didefinisikan dalam Undang-Undang yang mengatur perbankan mengenai (www.bi.go.id).

Model Teori Perilaku Penggunaan e-money

Penelitian ini mendeskripsikan tentang berbagai faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan *e-money* dalam keputusannya menggunakan *e-money*. Beberapa faktor yang dimaksud antara lain adalah kecocokan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan. Keempat persepsi ini diteliti untuk mendapatkan bukti empiris tentang hubungan atau pengaruhnya terhadap penggunaan *e-money*. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti didasarkan pada teori sistem informasi keperilaku yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989). Dalam model ini, terdapat dua variabel, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yang diduga menjadi faktor penentu yang paling fundamental dari penerima penggunaan. TAM merupakan hasil pengembangan dari model TRA yang menggambarkan bagaimana keyakinan pengguna dan sikap terkait dengan individu untuk melakukannya. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya (Pikkarainen *et al.*, 2004; Rahmatsyah, 2012; Sari, 2012).

Kecocokan

Pada penelitian yang dilakukan oleh Al-Ajam dan Nor (2013) kecocokan (*compatibility*) adalah sejauh mana individu memandang bahwa produk atau jasa baru memiliki konflik dengan kebutuhan mereka, keyakinan, nilai-nilai dan pengalaman. Shih dan Fang (2004) menyebutkan bahwa Kecocokan adalah sejauh mana inovasi sesuai dengan nilai-nilai yang ada dari pengalaman sebelumnya dan kebutuhan saat ini. Dalam penelitian ini juga Shih dan Fang (2004) menemukan bahwa inovasi lebih memungkinkan untuk diadopsi ketika kompatibel dengan tanggung jawab pekerjaan dan sistem nilai individu. Oleh karena itu, diharapkan bahwa kecocokan berhubungan positif terhadap adopsi. Inovasi juga berkemungkinan akan diaopsi sejauh bahwa penggunaan dari tidak melanggar norma-norma budaya atau sosial.

Kecocokan telah diukur, misalnya dengan keterlibatan dalam kegiatan teknologi informasi lainnya. Uang elektronik (*e-money*) lebih cenderung kompatibel dengan sikap konsumen sebelumnya jika mereka memiliki beberapa pengalaman mengenai sistem pembayaran secara elektronik yang cukup tinggi. Meskipun kompleksitas dan kompatibilitas berkaitan erat dengan kemampuan serta keterampilan yang nyata, sedangkan kompatibilitas mencerminkan sikap terhadap inovasi dan teknologi pada umumnya.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kecocokan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan teknologi, seperti pada penelitian Teo dan Pok (2003), Shih dan Fang (2004), Eriksson *et al* (2005), Al-Ajam dan Nor (2013). Berdasarkan hasil- hasil penelitian terdahulu, maka peneliti mencoba untuk melakukan penelitian dengan menguji kembali pengaruh kecocokan terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H1 : Kecocokan (Compatibility) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*

Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan produktivitas dan kinerja pekerjaan mereka (Davis, 1989; Davis *et al.*, 1989). Begitu juga menurut Deny (2011) Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dari pengguna potensial yang menggunakan system aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisinya, diketahui bahwa persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu tentang proses pengambilan keputusan. Pengguna system teknologi informasi akan menggunakan suatu system jika system tersebut berguna serta memiliki manfaat dalam meningkatkan kinerja individu begitu juga sebaliknya. Dalam konteks uang elektronik (*e-money*), persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana *e-money* dapat memberikan manfaat bagi penggunaannya dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja pada saat memanfaatkan layanan perbankan.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang menguji hubungan antara persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dengan sikap (*attitude*) menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi sistem informasi (Davis, 1989; Chau, 1996; Pikkarainen *et al.*, 2004; Vijayasathy (2004) ; Rahmatsyah, 2011; Sari, 2012, Miliani (2013) ; Rizky 2014. Berdasarkan studi empiris dari Rahmatsyah (2011) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan mempengaruhi sikap pengguna dari *e-money*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *e-money* (Flazz BCA) yang terpilih secara acak. Miliani (2013) melakukan penelitian terhadap minat digunakannya *e-money* di Jakarta dan Bandung dengan jumlah responden sebanyak 143 orang. Berdasarkan hasil- hasil penelitian terdahulu, maka peneliti mencoba untuk melakukan penelitian dengan menguji kembali pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut :

H2 : Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan system informasi merupakan hal yang mudah karena tidak memerlukan usaha keras dari penggunaannya. Ramadhani (2008) mengartikan bahwa perspektif kemudahan akan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, namun

akan dapat mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Sehingga, seseorang yang menggunakan sistem akan lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau masih manual. Apabila dihubungkan dengan penggunaan *e-money*, layanan ini telah disediakan oleh bank dengan kemudahannya untuk dipahami dan digunakan nasabah sehingga nasabah akan lebih mudah untuk mempelajari cara bertransaksi dengan menggunakan *e-money*.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi, di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Al-Somali *et al.* (2008), Chau dan Lai (2003) dan Hung, Chang dan Yu (2004), Rahmatsyah (2011), dan Sari (2012). Namun penelitian yang dilakukan oleh Pikkarainen *et al.* (2004) menunjukkan hasil yang berbeda. Sejalan dengan hasil penelitian yang digunakan Al-Somali *et al.* (2008) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi diadopsinya *internet banking* dengan menggunakan TAM. Rahmatsyah (2011) melakukan penelitian yang terpilih secara acak terhadap nasabah pengguna *e-money* (Flazz BCA) dan pada penelitian yang dilakukannya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan *e-money*.

Berdasarkan hasil- hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan hasil yang berbeda, maka dari itu peneliti mencoba untuk melakukan penelitian kembali dengan menguji kembali pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap individu penggunaan menggunakan *e-money*. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut :

H3 : Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*.

Persepsi Kenyamanan

Kenyamanan didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah sistem teknologi informasi sebagai hal yang menyenangkan dan dinikmati. Menurut Poon (2008), transaksi pembayaran elektronik menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi dan memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan di manapun. Jika dibandingkan dengan transaksi manual, *e-money* memberikan lebih banyak keuntungan dan kemudahan.

Dengan menggunakan *e-money* akan lebih menghemat waktu nasabah, khususnya bagi nasabah yang sibuk. Apabila nasabah mempersepsikan bahwa sistem *e-money* itu adalah nyaman, maka nasabah akan merasa puas terhadap jasa *e-money*, yang kemudian mereka akan berminat untuk menggunakannya di masa mendatang. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi, di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Qureshi *et al.* (2008), lee *et al.* (2005), Chung dan Tan (2005) dan Widjana (2010). Namun penelitian yang dilakukan oleh Pikkarainen *et al.* (2004) menunjukkan hasil yang berbeda. Chung dan Tan (2005) yang melakukan penelitian di Selandia Baru

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan konsistensi dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan persepsi kenyamanan sebagai faktor dalam penggunaan system informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi. Berdasarkan hasil- hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan hasil yang berbeda, maka dari itu peneliti mencoba untuk melakukan penelitian kembali dengan menguji kembali pengaruh persepsi kenyamanan penggunaan terhadap sikap individu penggunaan *e-money*.

Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut :

H4: Persepsi kenyamanan (*perceived enjoyment*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*

Minat Penggunaan *e-money*

Minat menggunakan *e-money* didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat individu untuk menggunakan layanan uang elektronik sebagai alat pembayaran (Rahmatsyah, 2011). Seorang individu apabila menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya maka di saat itu lah dia akan berminat untuk menggunakannya lagi dan akan mendatangkan kepuasan. Davis *et al.* (1989) mengemukakan bahwa adanya manfaat yang dirasakan oleh pemakai SI akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan SI.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap penggunaan internet banking berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi informasi, di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Al-Somali *et al.* (2008), Suh dan Han (2002), dan Nor dan Pearson (2007) serta Miliani (2013) . Keempat penelitian tersebut menunjukkan hasil yang sama. Penelitian yang dilakukan oleh Taylor dan Todd (1995) menunjukkan hasil yang berbeda dari beberapa peneliti lainnya. Miliani (2013) melakukan penelitian tentang adopsi perilaku penggunaan *e-money* menunjukkan bahwa sikap penggunaan secara signifikan mempengaruhi minat individu dalam menggunakan *e-money*.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Taylor dan Todd (1995) yang menyebutkan bahwa sikap tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan teknologi sistem informasi. Berdasarkan hasil- hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan hasil yang berbeda, maka dari itu peneliti mencoba untuk melakukan penelitian kembali dengan menguji kembali pengaruh sikap (*attitude*) penggunaan terhadap minat individu menggunakan *e-money*. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut :

H5: Sikap (*attitude*) penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Jenis penelitian ini adalah penelitian pengujian hipotesis (*hypothesis testing*). Penelitian Pengujian hipotesis adalah penelitian yang dilakukan guna untuk menguji benar atau tidaknya teori atau memverifikasi teori. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar konstruk-konstruk, yaitu pengaruh kecocokan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan terhadap sikap penggunaan dan pengaruh sikap penggunaan *e-money* terhadap minat penggunaan *e-money*.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang yang berstatus aktif pada semester genap tahun ajaran 2015/2016. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 1.232 orang. Dipilihnya seluruh mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai populasi penelitian ini didasarkan pada alasan yang pertama karena peran mahasiswa sebagai pengamat dan pengguna teknologi dan juga termasuk konsumen yang sangat berpengaruh

terhadap keberadaan layanan *e-money*. Kedua, mulai banyak mahasiswa yang sudah mengenal dan menggunakan layanan *e-money* dikarenakan Universitas Brawijaya sedang menerapkan sistem pembayaran pada setiap kegiatan mahasiswa menggunakan *e-money*, sehingga peneliti ingin mengukur seberapa besar minat mahasiswa dalam menggunakan *e-money*.

Pengambilan dari populasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *convenience sampling*, dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% dari daftar pengambilan sampel yang dianggap representatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dan menghasilkan jumlah sampel sebesar 302 mahasiswa. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Survei dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden yang menjadi sampel penelitian.

Terdapat enam konstruk yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu: Kecocokan (*compatibility*), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Sikap Penggunaan *e-money* dan Minat Penggunaan *e-money*. Item pernyataan yang terdapat dalam kuisioner pada penelitian ini merupakan item-item pernyataan yang mendasar pada beberapa penelitian terdahulu yaitu Pikkarainen *et al.*, (2004), Eriksson *et al* (2005), Rahmatsyah (2011), Purnama (2012), Sari (2012), Miliani (2013) dan Rizki *et al* (2014), Al-Somali *et al.* (2008), Shih and Fang (2004) Pengukuran yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ke-tidaksetujuan-nya terhadap subyek, obyek atau kejadian tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2002). Cara pengukuran skala ini yaitu dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan kemudian diminta menjawab pertanyaan dengan pilihan: "Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Kurang Setuju (KS), Netral (N), Cukup Setuju (CS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS)." Jawaban ini diberi skor 1 sampai 7 dimulai dari skala 1 yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS) hingga skala 7 yang menyatakan Sangat Setuju (SS).

Untuk menganalisis penelitian ini digunakan beberapa pengujian hipotesis dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS), yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Penelitian ini menggunakan pengujian model pengukuran berdasarkan konstruk reflektif jenjang *Second Order Construct* (SOC). *Second Order Construct* (SOC) adalah hubungan teoritikal antara konstruk higher order dengan dimensi konstruk dibawahnya (Jogiyanto, 2011). Untuk menganalisis penelitian ini digunakan beberapa pengujian hipotesis dengan PLS yaitu: 1) Evaluasi *outer model* (Model Pengukuran) untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran tersebut diperoleh (Jogiyanto, 2009). Uji validitas konstruk dalam penelitian ini terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu *cronbach's alpha* yang harus bernilai $> 0,6$ dan *composite reliability* yang bernilai $> 0,7$. 2) Evaluasi *inner model* (Model Struktural) untuk memprediksi hubungan kausalitas antarvariabel laten. Melalui proses bootstrapping, parameter uji T-statistic diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Model struktural penelitian ini dievaluasi dengan menggunakan R^2 dan menggunakan nilai koefisien path atau t-values tiap path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Untuk pengujian hipotesis pada alpha 5 persen dan power 80 persen, jika nilai koefisien path yang ditunjukkan oleh nilai statistik T (T-statistic) $\geq 1,96$ maka hipotesis alternatif dinyatakan diterima (Jogiyanto dan Abdillah, 2009).

Analisis Data dan Hasil Penelitian

Seperti yang telah disebutkan di bagian sebelumnya, penelitian ini menggunakan metode *survey* yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Pengumpulan data dilakukan peneliti kurang lebih selama satu bulan dengan menyebarkan kuesioner penelitian secara langsung. Berikut adalah rincian hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel. 1 Sampel dan Tingkat Pengembalian

Jumlah kuesioner disebar	302
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	(4)
kuesioner yang kembali	298
Kuesioner yang digugurkan	(79)
Kuesioner yang digunakan	219
Tingkat pengembalian (<i>respon rate</i>)	99%
Tingkat pengembalian yang digunakan (<i>useble respon rate</i>)	73%

Sumber : Data primer (diolah)

Selanjutnya, gambaran profil responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2. Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa, jumlah responden wanita lebih banyak daripada pria. Selain itu, prosentase semester responden yang terbanyak yaitu pada semester empat. Lamanya responden bertransaksi menggunakan *e-money* dalam sebulan yaitu < tiga kali dalam sebulan. Pengalaman responden dalam menggunakan *e-money* yang terbanyak antara satu sampai dua setahun.

Setelah melakukan pengujian statistik deskriptif, hal yang dilakukan selanjutnya adalah analisis data. Analisis terhadap evaluasi model pada penelitian ini menggunakan program *Partial Least Squares* (PLS). Evaluasi model dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu pengujian terhadap validitas konvergen, pengujian terhadap validitas diskriminan, serta pengujian terhadap reliabilitas.

Penilaian dalam pengujian validitas konvergen didasarkan pada nilai AVE, *communality* dan nilai faktor *loading*. *Rule of thumb* untuk parameter AVE dan *communality* yaitu lebih dari 0,50 dan lebih dari 0,70 untuk nilai faktor *loading*. Tahap selanjutnya adalah mengukur validitas diskriminan. Dalam validitas diskriminan penilaian didasarkan pada nilai dari *Cross Loading* yang lebih dari 0,7 dalam satu variabel atau konstruk. Setelah melakukan pengujian terhadap validitas konstruk dan memperoleh data yang valid, maka selanjutnya dilakukan pengujian terhadap reliabilitas. Dalam uji reliabilitas dapat dilakukan dengan dua metode yaitu nilai *Cronbach's Alpha* yang nilainya harus > 0,6 dan nilai *Composite Reability* yang harus > 0,7. Hasil uji terhadap ketiga pengujian tersebut dapat dilihat dari tabel 3, tabel 4, dan tabel 5.

Tabel 2. Profil Responden

NO.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	Perempuan	135	62%
	Laki-laki	84	38%
	Total	219	100%
2	Semester		
	2	42	19%
	4	64	29%
	6	54	25%
	8	59	27%
	Total	219	100%
3	Lama penggunaan E-money dalam sebulan		
	< 3 kali dalam sebulan	110	50%
	3-6 kali dalam sebulan	70	32%
	6-9 kali dalam sebulan	14	6%
	> 9 kali dalam sebulan	25	11%
	Total	219	100%
4	Lama menggunakan E-money dalam setahun		
	< 1 tahun	83	38%
	1-2 tahun	85	39%
	3-4 tahun	34	16%
	> 4 tahun	17	8%
	Total	219	100%
5	Bank yang digunakan		
	Brizzi BRI	137	63%
	Flazz BCA	31	14%
	e-Toll card Mandiri	23	11%
	Lainnya	28	13%
	Total	219	100%

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 3. Tabel Alogaritma

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
ATT	0.621090	0.867336	0.617200	0.797843	0.621090	-0.016017
CO	0.702953	0.902944		0.893136	0.702956	
BI	0.840366	0.940448	0.568658	0.905305	0.840366	0.471882
PE	0.721105	0.928185		0.903264	0.721105	
PEOU	0.740463	0.934489		0.913237	0.740463	
PU	0.702658	0.933956		0.915024	0.702658	

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 4. Tabel Outer Loading

	ATT	CO	IN	PE	PEOU	PU
ATT1	0.796161					
ATT2	0.829783					
ATT3	0.717111					
ATT4	0.804799					
CO1		0.948497				
CO2		0.931975				
CO3		0.704952				
CO4		0.739345				
IN1			0.915461			
IN2			0.925572			
IN3			0.909036			
PE1				0.863316		
PE2				0.85656		
PE3				0.855481		
PE4				0.845131		
PE5				0.824878		
PEOU1					0.859292	
PEOU2					0.866842	
PEOU3					0.862638	
PEOU4					0.860922	
PEOU5					0.852753	
PU1						0.778901
PU2						0.885231
PU3						0.888802
PU4						0.834522
PU5						0.849183
PU6						0.786207

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 5. Tabel Cross Loading

	ATT	CO	IN	PE	PEOU	PU
ATT1	0.796161	0.036621	0.661568	0.614527	0.199456	0.592253
ATT2	0.829783	0.035104	0.673366	0.657190	0.280946	0.486262
ATT3	0.717111	0.013631	0.423998	0.458418	0.127379	0.358594
ATT4	0.804799	0.156798	0.573115	0.631984	0.188108	0.486974
CO1	0.085382	0.948497	0.139115	0.171620	0.084181	0.283383
CO2	0.071403	0.931975	0.145048	0.163263	0.112554	0.257620
CO3	0.010269	0.704952	0.029742	0.018270	0.019790	0.171455
CO4	0.006912	0.739345	0.030044	0.061083	0.084994	0.169748
IN1	0.678183	0.136592	0.915461	0.646484	0.149807	0.594137

IN2	0.631611	0.148839	0.925572	0.665699	0.197224	0.585579
IN3	0.752184	0.109225	0.909036	0.668744	0.229688	0.517467
PE1	0.641873	0.219266	0.613901	0.863316	0.251326	0.640385
PE2	0.639430	0.158227	0.621995	0.856560	0.240941	0.593450
PE3	0.641981	0.129691	0.607733	0.855481	0.232271	0.496028
PE4	0.612718	0.133722	0.628407	0.845131	0.210459	0.504617
PE5	0.680407	0.077297	0.589599	0.824878	0.321012	0.483578
PEOU1	0.183798	0.087849	0.129156	0.219162	0.859292	0.117661
PEOU2	0.285171	0.113002	0.240021	0.266062	0.866842	0.228761
PEOU3	0.205251	0.109393	0.159252	0.280444	0.862638	0.111695
PEOU4	0.183154	0.080354	0.162544	0.269395	0.860922	0.100989
PEOU5	0.227784	0.035243	0.187055	0.240248	0.852753	0.166747
PU1	0.402614	0.235411	0.428657	0.481555	0.175699	0.778901
PU2	0.500753	0.306662	0.508977	0.515251	0.162072	0.885231
PU3	0.577664	0.230450	0.545856	0.526151	0.175113	0.888802
PU4	0.517905	0.215333	0.496669	0.554610	0.167282	0.834522
PU5	0.507225	0.270200	0.534160	0.547633	0.087370	0.849183
PU6	0.577071	0.184680	0.554932	0.579983	0.132482	0.786207

Sumber : Data Primer (diolah)

Setelah melakukan pengujian terhadap validitas konvergen, validitas diskriminan, serta pengujian reliabilitas, maka selanjutnya dilakukan pengujian terhadap hipotesis. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil pengolahan data berupa Tabel 6 berikut.

Tabel. 6 Tabel Total Efek

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
ATT -> IN	0.754094	0.75649	0.034231	0.034231	22.029793
CO -> ATT	-0.10042	0.075241	0.048294	0.048294	2.079338
PE -> ATT	0.595698	0.593156	0.082348	0.082348	7.233881
PEOU -> ATT	0.046495	0.051281	0.050531	0.050531	0.920136
PU -> ATT	0.259545	0.252462	0.09253	0.09253	2.804988

Selanjutnya dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa :

a. Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa konstruk kecocokan (*compatibility*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*. Dari tabel 6. Dapat dilihat bahwa nilai T (*T-Statistic*) dari konstruk kecocokan terhadap sikap penggunaan *e-money* adalah sebesar 2.079338 atau lebih dari 1,96, menunjukkan bahwa kecocokan (*compatibility*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 1 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya dengan konteks berbeda yang dilakukan oleh Teo dan Pok (2003), Shih dan Fang (2004), Eriksson *et.al* (2005) ,Al-Ajam dan Nor (2013).

Terdapat empat penelitian yang konsisten dengan hasil penelitian saat ini. Teo dan Pok (2003) Kecocokan adalah sejauh mana inovasi tersebut dengan nilai-nilai potensi adopter yang ada, pengalaman sebelumnya dan kebutuhan saat ini. Dalam konteks WAP ponsel, gaya hidup seseorang sangat akan mempengaruhi keputusannya untuk mengadopsi teknologi. Penelitian yang kedua yang dilakukan oleh Shih dan Fang (2004). Penelitian ini meneliti tentang *Decomposed theory of Planned Behavior* terhadap penggunaan *Internet Banking* di Taiwan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kecocokan (*compatibility*) merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi sikap penggunaan teknologi system informasi. Shih dan Fang (2004) mengemukakan bahwa inovasi sangat mungkin untuk diadopsi ketika kompatibel dengan tanggung jawab dan system nilai individu. Oleh karena itu dapat diharapkan apabila kecocokan berhubungan positif terhadap adopsi.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Eriksson *et al* (2005). Penelitian ini meneliti tentang penerapan inovasi komersial di pasar Eropa Timur dalam konteks *internet banking* di Estonia. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kecocokan secara signifikan sangat mempengaruhi sikap nasabah untuk menerima dan mengadopsi teknologi system informasi.

Oleh karena itu dengan adanya inovasi baru bagi perbankan maka *e-money* lebih cenderung kompatibel dengan sikap konsumen apabila mereka sudah memiliki pengalaman menggunakan alat pembayaran secara elektronik. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh kecocokan (*compatibility*) terhadap sikap penggunaan *e-money* adalah kuat.

b. Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa konstruk persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*. Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari konstruk persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan *e-money* adalah sebesar 2.804988 atau lebih dari 1,96, menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 2 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmatsyah (2011), Purnama (2012), Sari (2012) dan Rizki *et al* (2014).

Terdapat empat penelitian yang mempunyai hasil konsisten dengan peneliti. Penelitian yang pertama dilakukan oleh Rahmatsyah (2011). Penelitian ini menggambarkan pembahasan terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan produk Baru pada Uang Elektronik Flazz BCA. Variabel yang diangkat oleh Rahmatsyah (2011) salah satunya adalah persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) yang dikaitkan dengan sikap konsumen terhadap penerimaan produk baru *e-money*. Teknik

penelitian menggunakan survei kuesioner dan mengambil sampel secara acak pada nasabah pengguna e-money. Hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi nasabah untuk menerima dan mengadopsi suatu produk baru khususnya e-money. Miliani (2013) penelitian yang menggambarkan pengadopsian perilaku penggunaan e-money. Miliani menguji konstruk persepsi kegunaan terhadap minat digunakannya *e-money* dengan menggunakan metode survei mengambil sampel di Jakarta dan Bandung dengan jumlah responden sebanyak 143 orang.

Semua manfaat yang diterima seseorang itu ada yang positif dan negatif. Apabila manfaat yang diterima positif dalam melakukan sesuatu hal, khususnya dalam melakukan transaksi secara *online*, otomatis seseorang akan melakukan tindakan tersebut atau dengan kata lain melakukan transaksi tersebut. Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan merupakan konstruk yang paling banyak signifikan dan penting yang mempengaruhi sikap, minat, dan perilaku di dalam menggunakan teknologi dibandingkan dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap sikap penggunaan *e-money* adalah kuat

c. Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa konstruk persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*. Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari konstruk persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan *internet banking* adalah sebesar 0.920136 atau kurang dari 1,96, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 3 tidak didukung**. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmatsyah (2011), Purnama (2012), Sari (2012) dan Rizki et al (2014) , namun konsisten dengan penelitian sebelumnya dengan konteks berbeda yang dilakukan oleh Pikkarainen *et al.*(2004) dan Artha (2011).

Penelitian yang dilakukan Pikkarainen *et al.* (2004) yang mengambil subjek penelitian di Finlandia. Peneliti tidak menyebutkan sampel penelitiannya, namun hanya menyebutkan responden yang diperoleh sebanyak 427 orang. Dari hasil penelitian yang dilakukan Pikkarainen *et al.* (2004) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat diadopsi dan penggunaan layanan perbankan. Peneliti menduga ketidakkonsistenan hasil penelitian ini dapat disebabkan oleh beberapa hal. *Pertama*, untuk menggunakan e-money sebagai alat untuk membayar, terlebih dahulu konsumen harus melakukan isi ulang, hal ini yang mungkin menjadikan para konsumen kurang merasakan kemudahan dalam penggunaan e-money. Konsumen cenderung lebih suka menggunakan uang tunai dalam melakukan pembayaran karena tidak perlu melakukan isi ulang. *Kedua*, responden dipilih dalam penelitian saat ini adalah mahasiswa yang mayoritas telah terbiasa menggunakan transaksi secara manual. Responden belum terbiasa dengan sistem yang diterapkan untuk mempermudah kegiatan mereka, sehingga ada hambatan dalam penggunaan *e-money*. *Ketiga*, karena responden

disini menyadari bahwa *e-money* merupakan sistem yang mudah untuk digunakan dan tidak rumit, namun responden tetap merasa bahwa *e-money* belum menjadi sebuah sistem yang belum dapat dikatakan sebagai media untuk melakukan seluruh transaksi perbankan karena responden belum terbiasa menggunakan *e-money* dan responden sebelumnya telah mengenal ATM, dimana apabila responden bertransaksi secara online kebanyakan responden menggunakannya untuk melakukan pembayaran, disamping itu masih belum terlalu banyak toko yang menggunakan sistem pembayaran secara elektronik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa beberapa responden belum merasakan kemudahan dalam menggunakan *e-money*, baik dalam kegiatan sehari-hari karena masih belum terbiasa dengan sistem yang diterapkan. Indikasi inilah yang memungkinkan masih banyak responden yang belum berminat menggunakan *e-money* dilihat dari konstruk persepsi kemudahan. Hasil ini membuktikan bahwa hubungan antara persepsi kemudahan (*perceived Ease of Use*) dan sikap belum dapat menjelaskan mengapa seseorang menerima atau menolak menggunakan *e-money*.

d. **Hipotesis 4**

Hipotesis 4 menyatakan bahwa konstruk persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*. Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari konstruk ini terhadap sikap penggunaan *e-money* adalah sebesar 7.233881 atau lebih dari 1,96, menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-money*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 4 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan konteks dan model yang berbeda Teo *et al.* (1999), lee *et al.* (2005), Chung dan Tan (2005), Qureshi *et al.* (2008) dan Widjana (2010), namun tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Pikkarainen *et al.* (2004).

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Qureshi *et al.* (2008). Penelitian ini menggambarkan pembahasan terkait dengan penerimaan konsumen terhadap *online banking* dalam ekonomi berkembang di Pakistan. Hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kenyamanan merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi sikap penggunaan *online banking*. Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh lee *et al.* (2005). Penelitian ini mengambil konteks penerimaan internet dengan basis media pembelajaran. Hasil pada penelitian ini adalah persepsi kenyamanan terbukti menunjukkan pengaruhnya terhadap sikap penggunaan suatu teknologi. Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Teo *et al.* (1999). Penelitian ini mengambil konteks motivasi intinsik dan ekstrinsik dalam penggunaan internet berdasarkan faktor persepsi kenyamanan. Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan elektronik kuesioner dengan respondennya adalah masyarakat yang menggunakan internet di Singapura. Hasil pada penelitian ini adalah persepsi kenyamanan terbukti menunjukkan pengaruhnya terhadap sikap penggunaan *internet banking*.

Oleh karena itu dalam penelitian ini persepsi kenyamanan sangat berpengaruh signifikan terhadap sikap individu dalam penggunaan *e-money*. Persepsi kenyamanan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa apabila seorang individu merasa nyaman terhadap layanan *e-money* misalnya seperti proses transaksi yang cepat maka akan memotivasi mereka menggunakan *e-money* lebih sering dan lebih lama. Sebuah

teknologi yang menyediakan tingkat kenyamanan yang sangat tinggi maka pengguna akan merasa senang untuk menggunakan e-money. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh persepsi kenyamanan (*perceived enjoyment*) terhadap sikap penggunaan e-money adalah kuat.

e. Hipotesis 5

Hipotesis 5 menyatakan bahwa sikap terhadap penggunaan e-money berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money. Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari variabel sikap ini adalah sebesar 22.029793 atau lebih dari 1,96, menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan e-money berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 5 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Miliani (2013) dan konsisten dengan penelitian sebelumnya dengan konteks dan model yang berbeda Al-Somali *et al.* (2008), Suh dan Han (2002), dan Nor dan Pearson (2007) serta Nazar dan Syahrani (2008). Keempat penelitian tersebut menunjukkan hasil yang sama.

Penelitian pertama adalah yang dilakukan Miliani (2013). Penelitian ini menggambarkan pembahasan terkait dengan adopsi perilaku penggunaan E-money. Dengan menggunakan teknik survei dengan disebar ke 143 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan menjadi salah satu sikap yang mempengaruhi minat untuk menggunakan e-money di Indonesia karena jenis e-money ini memiliki system ganda yaitu online dan offline. Penelitian yang diangkat oleh Al-somali *et al.* (2007) salah satunya adalah kepercayaan yang dikaitkan dengan sikap pelanggan terhadap penerimaan *teknologi system informasi*. Penelitian ini menjelaskan bahwa munculnya minat untuk menggunakan layanan *perbankan* dipengaruhi oleh munculnya sikap awal terhadap layanan tersebut.

Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Suh dan han (2002). Penelitian ini mengambil konteks mengenai pengaruh kepercayaan pada penerimaan pelanggan *internet banking* berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini menjelaskan bahwa sikap awal yang positif akan dapat mendorong minat yang semakin besar untuk menggunakan layanan tersebut, namun apabila sikap awal yang terbentuk adalah negatif akan dapat mengurangi minat dan niatan seseorang untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Penelitian keempat adalah penelitian yang dilakukan oleh Nazar dan Syahrani (2008). Penelitian ini menggambarkan pembahasan terkait dengan pengaruh privasi, keamanan, kepercayaan, dan pengalaman terhadap niat untuk bertransaksi secara *online*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sikap penggunaan e-money terhadap minat penggunaan e-money adalah kuat. Hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa sikap penggunaan e-money merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan e-money. Sikap dari nasabah terhadap e-money adalah solusi yang bijak dan tepat yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan e-money. Tidak menutup kemungkinan bahwa informasi yang positif juga membawa dampak bagi konsumen untuk menyebarkan informasi ini kepada konsumen lain sehingga semakin banyak manfaat yang akan didapat dengan melakukan transaksi pembayaran secara elektronik. Dengan demikian, disimpulkan bahwa

pengaruh sikap penggunaan *e-money* terhadap minat penggunaan *e-money* adalah kuat.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut *Pertama*, Penelitian ini menguji tentang Pengaruh kecocokan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, serta persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *e-money*. Penelitian ini menggunakan konteks minat penggunaan *e-money* untuk menguji teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), minat (*Intention*) dipengaruhi oleh sikap (*Attitude*). Minat (*Intention*) adalah sebagai tingkat keinginan atau niat individu yang ingin melakukan satu aktivitas pekerjaan atau menggunakan objek tersebut. Sikap (*Attitude*) adalah kecenderungan seseorang untuk memahami positif atau negatif sebuah obyek, perilaku, situasi, atau orang tertentu. Jadi dapat dikatakan bahwa seseorang akan melakukan sesuatu apabila mempunyai keinginan serta memahami positif dan negatif sebuah objek tertentu.

Kedua, Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa sikap (*Attitude*) ditentukan oleh Kecocokan (*compatibility*), Persepsi kegunaan (*Perceived usefulness*) dan persepsi kenyamanan (*Perceived Enjoyment*). Minat (*Intention*) dipengaruhi oleh sikap (*Attitude*) dan. Kecocokan (*compatibility*) adalah sejauh mana tingkat pengguna menggunakan inovasi dari teknologi secara konsisten dengan praktek penggunaannya sesuai dengan pengalaman sebelumnya dan kebutuhan saat ini. Ketertarikan seseorang menggunakan inovasi disebabkan karena orang tersebut merasa bahwa teknologi sistem Persepsi Kegunaan (*Perceived usefulness*) adalah sebagai sejauh mana sebuah teknologi dapat memberikan manfaat bagi penggunanya dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja pada saat memanfaatkan layanan perbankan. Persepsi Kenyamanan (*Perceived Enjoyment*) merupakan suatu kondisi perasaan, dari paling nyaman sampai paling tidak nyaman, yang dipersepsi secara responsif oleh individu, dimana nyaman bagi individu tertentu belum tentu dirasakan nyaman bagi individu lainnya.

Ketiga, Konstruksi persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) dalam studi ini tidak didukung. Hasil ini konsisten dengan hasil studi beberapa peneliti lain yaitu Pikkarainen *et al.* (2004) dan Artha (2011). *Keempat*, secara keseluruhan dapat disimpulkan apabila *e-money* terasa cocok, banyak manfaat serta nyaman untuk digunakan maka semakin meningkatkan sikap dan minat individu menggunakan *e-money*. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak bebas dari keterbatasan, diantaranya 27% atau sebanyak 83 buah kuesioner yang tidak kembali atau tidak dapat digunakan. Karena pada saat kuesioner ini disebarkan kepada para responden, banyak dari responden yang tidak serius untuk menjawab pertanyaan kuesioner dan banyak pula responden yang tidak bersedia untuk mengisi kuesioner dengan alasan karena tidak ada waktu dan terburu-buru. Hal ini terbukti saat responden mengisi seluruh item pernyataan dengan skala yang sama dan beberapa item dari kuesioner banyak yang tidak terisi. *Kedua*, karena keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti, peneliti hanya menggunakan mahasiswa sebagai sampel dalam penelitian ini, sehingga tidak dapat mewakili seluruh penggunaan *e-money* untuk semua kegiatan transaksi pembayaran dengan wilayah lebih luas. Saran untuk penelitian selanjutnya, untuk menambahkan jumlah populasi dalam jangkauan yang lebih luas supaya hasil penelitian lebih tergeneralisasi

Daftar Pustaka

- Al-Ajam, A.S., dan Nor, K.MD. 2013. Influencing Factors on Behavioral Intention to Adopt Internet Banking Service. *World Applied Sciences Journal*, volume. 22 nomer. 11, pp. 1652-1656
- Al-Somali, S.A, Gholami, R., and Clegg, B. 2008. An investigation into the acceptance of online banking in Saudi Arabia. *Technovation*, vol. 29, pp. 130141.
- Artha, U. 2011. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Inovasi Pribadi, dan Kesesuaian Terhadap Sikap Penggunaan E-Commerce*. Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Bank Indonesia. 2014. Peraturan Bank Indonesia Nomor: 16/8/PBI/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).
- Bank Indonesia. 2006. *Working Paper: Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money*. Desember.
- Candrawati, Ni Nyoman Anita, 2013. Perlindungan Hukum bagi pemegang uang elektronik dalam melakukan transaksi E-Money. *Thesis*. Universitas Udayana
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Volume 13, Nomor 3, hlm. 319-340.
- Davis, F.D., Bagozzi, R. P., dan Warshaw, P.R. 1989. „*User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*“. *Management Science*, Volume 35, Nomor 8; 982-1003
- Eriksson, K., Kerem, K. and Nilsson, D. 2005. Customer acceptance of internet banking in Estonia. *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 23No. 3, pp. 200-16.
- Halim, F. 2014. *The Intention to Use E-Money Transaction: The Moderating Effect of Security in Conceptual Framework*. *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*. ISSN: 1995-0748.
- Hall, James A. 2001. *Sistem Informasi Akuntansi*. Buku 1, Edisi Kelima. Jakarta : Salemba Empat.
- Hartono, J., dan Abdillah W. 2009. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Indrastuti, Maya dan Rizki. 2014. *Influencers E-money in Banking Sector*. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*. Vol.4.pp. 10-17.

- Irmadhani dan Nugroho. 2012. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, terhadap penggunaan online banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Jogiyanto, H. M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi Offset
- Jogiyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. England: Pearson Education.
- Miliani, Lani. 2013. *Adoption Behavior of E-Money Usage*. Journal Information Management and Business Review. Vol.5, No 7, pp. 369-378.
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi. Edisi Kelima*. Yogyakarta : Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Nazar, M.R. dan Syahran, 2008. Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online. Program Pasca Sarjana Universitas Gajahmada Yogyakarta.
- Nor, K.M. and Pearson, J.M. 2007. The Influence of Trust on Internet Banking Acceptance. *Journal of Internet Banking and Commerce*. Volume 12, Nomor 2, 2007.
- O'Brien, James A. (2005), "Pengantar Sistem Informasi", Penerbit : Salemba 4, Jakarta
- Pikkarainen, T., Kari Pikkarainen. 2004. Consumer Acceptance Of Online Banking :An Extension of the Technology Acceptance Model. *Internet Research*. 14 (3) pp.224-235
- Rahayu, Rossy, (2012). Pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan dan niat terhadap penggunaan actual kartu Flazz BCA. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.