**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Penggunaan E-money di Kota Malang**

**Ramandhika Surya Pradana**

**Puspitasari Wahyu Anggraeni , SE.,M.Ec.Dev**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

Email: ramandhikasury@gmail.com

***Abstrak***

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memperngaruhi preferensi penggunaan e-money di Kota Malang. Penggunaan internet yang masif dan alat pembayaran non tunai di Kota Malang tidak seiring dengan peningkatan literasi keuangan studi tentang e-money dilakukan untuk mengetahui apa saja faktor yang berpengaruh terhadap prefrensi penggunaan e-money. Data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan angket. Analisis data menggunakan analisis faktor dan model regresi liner berganda. Hasil meunjukan bahwa variabel literasi keuangan dan efisiensi sistem pembayaran berpengaruh terhadap preferensi penggunaan e-money di Kota Malang.*

*Kata kunci: E-Money, Literasi Keuangan, Efisiensi Sistem Pembayaran*

**A. Pendahuluan**

Seiring dengan kemajuan zaman maka berkembang pula sistem teknologi dan informasi didalam masyarakat, hal ini semakin memudahkan manusia dalam aktifitas kehidupan sehari-harinya. Perkembangan teknologi dan informasi tersebut tidak hanya digunakan untuk kebutuhan dunia pendidikan saja namun dalam bidang ekonomi pun memanfaatkan kemajuan teknologi informasi tersebut. Saat ini banyak kegiatan ekonomi yang memanfaatkan kecanggihan teknologi infromasi untuk memudahkan masyarakat seperti transaksi jual beli online, transfer mobile, atau juga pembayaran untuk pembelian dan tagihan melalui kartu kredit atau debit yang dikeluarkan oleh bank.

Uang elektronik didefenisikan oleh Soefianto, et al (2012) sebagai alat pembayaran yang mempunyai unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu, 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, serta nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Menurut data yang bersumber dari Bank Indonesia yang di olah oleh katadata.co.id (2017) transaksi uang elektronik memiliki tren yang terus meningkat, hampir tidak ada penurunan di setiap tahun nya mulai tahun 2010 sampai dengan 2017 tercatat peningkatan transaksi uang elektronik sebesar 60% atau dengan rincian hingga tahun 2017 tercatat 8,8 triliun rupiah dan 75,8 juta kartu telah digunakan untuk transaksi non tunai di Indonesia.

Topik terkait determinan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan alat pembayaran non tunai telah dilakukan beberapa penelitian. Goczek dan Witkowski (2015) menjelaskan bahwasannya faktor sosial, demografi dan ekonomi berpengaruh signifikan terhadap jumlah transaksi pembayaran non tunai. Hal tersebut juga diungkapkan Fozia (2013) dalam penelitiannya, bahwasannya faktor demografis berpengaruh signifikan terhadap penggunaan internet banking di India, terutama faktor usia dan pekerjaan. Selanjutnya, Nasri dan Zarai (2014) menjelaskan bahwasannya intensitas penggunaan internet banking di Tunisia dipengaruhi oleh faktor kegunaan dan kemudahan penggunaan, dimana faktor kegunaan dapat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan norma sosial. Sedangkan, faktor kemudahan penggunaan dapat dipengaruhi oleh kemanan dan privasi, efikasi diri dan norma sosial. Hasil serupa juga dijelaskan oleh Raza dan Hanif (2011), dimana faktor kegunaan, informasi tentang internet banking, dan risiko, serta kemanan dan privasi mempengaruhi adopsi internet banking oleh external customers, sedangkan faktor dukungan pemerintah lebih berpengaruh pada adopsi internet banking oleh internal customers di Pakistan. Sementara itu, beberapa penelitian lainnya mengemukakan hasil yang berbeda. Verrecchia (2016) mengemukakan bahwasannya faktor kemudahan penggunaan, risiko, dan efikasi diri tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking di Irlandia, melainkan faktor kepercayaan, kegunaan dan kompatibilitas. Selanjutnya, Selvanathan et al. (2017) juga menjelaskan bahwasannya faktor keamanan dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan internet banking, melainkan faktor norma subyektif dan keuntungan relatif. Selain itu, Adapa dan Cooksey (2013) lebih lanjut menjelaskan faktor teknologi, channel, sosial, dan nilai uang berpengaruh terhadap keberlanjutan penggunaan internet banking.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meluncurkan kembali Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit SNLKI) pada 14 Juli 2017 yang merupakan penyesuaian dari strategi sebelumnya yang telah diluncurkan pada 2013 oleh Presiden Republik Indonesia. Setelah peluncuran peluncuranan Revisit SNLKI ini dijadikan pedoman bagi OJK, lembaga keuangan dan stakeholder dalam pelaksanaan kegiatan untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia sebagaimana pasal 2 dan pasal 11 Peraturan Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan/atau Masyarakat.

Pengertian literasi keuangan menurut POJK Nomor 76/POJK.07/2016 Pasal 1 Ayat 6 adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang memperngaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan masyarakat. Saat ini pengetahuan dan pemahaman masyarakat indonesia terhadap lembaga, produk dan layanan jasa keuangan masih relatif rendah dan tidak merata pada setiap sektor industri jasa keuangan. Hal ini berpengaruh pada rendahnya memanfaatan lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan.

**B. KAJIAN PUSTAKA**

**Sistem Pembayaran di Indonesia**

Kegiatan pembayaran di indonesia salah satunya adalah menggunakan alat pembayaran dengan menggunakan kartu (APMK) terdiri dari kartu ATM atau debit, dan kartu kredit; serta uang elektronik merupakan bagian integral dari sistem pembayaran nasional (SPN) sehingga perlu diawasi oleh Bank Indonesia. SPN adalah sistem yang dikembangkan oleh Bank Indonesia, berisi seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

Komponen SPN meliputi alat pembayaran, mekanisme kliring, hingga penyelesaian tingkat akhir (sattlement). Komponen lainnya adalah lembaga yang terlibat dalam pelaksanaan sistem pembayaran, yaitu bank, lembaga keuangan bukan bank (LKBB), lembaga bukan bank penyelenggara transfer dana, lembaga selain bank (LSB) penerbit uang elektronik, perusahaan switching, dan Bank Indonesia selaku bank sentral.

**Alat Pembayaran Non Tunai**

Kegiatan pembayaran Pembayaran non-tunai melibatkan jasa perbankan dalam penggunaannya. Bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat pada umumnya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran bagi nasabahnya. Jasa dalam lalu lintas pembayaran yang diberikan oleh bank tersebut antara lain melalui penerbitan cek/bilyet giro untuk penarikan simpanan giro, transfer dana dari satu rekening simpanan kepada rekening simpanan lainnya pada bank yang sama atau pada bank yang berbeda, penerbitan kartu debit, penerbitan kartu kredit dan lain-lain.

Hartoyo et al (2006) menyatakan terdapat tiga instrument pembayaran non tunai yaitu:

1. Instrumen Pembayaran Non Tunai Berbasis Warkat Instrumen jenis ini berbentuk cek, bilyet giro, nota debet serta nota kredit. Instrumen berbasis warkat ini telah lama digunakan dalam aktivitas perbankan.
2. Instrumen Pembayaran Non Tunai Berbasis Kartu Instrumen jenis ini dapat bersifat kredit seperti kartu kredit dan private label cards, bersifat debit seperti kartu debit dan kartu ATM serta smart card atau chip card yang berupa sebuah kartu yang disematkan chip elektronik.
3. Instrumen Pembayaran Non Tunai Berbasis Elektronik Instrumen jenis ini dapat melakukan transaksi keuangan melalui perangkat elektronik seperti computer dan smartphone. Bentuk dari instrumen ini diantaranya Internet Banking dan Mobile Banking

**Electronic Money**

Pengertian e-money mengacu pada definisi yang dikeluarkan oleh Bank for International Settlement (BIS) e-money didefinisikan sebagai produk stored-value atau prepaid dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang. Lebih lanjut dijelaskan bahwa nilai uang dalam e-money akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran. Disamping itu e-money yang dimaksudkan disini berbeda dengan “single-purpose prepaid card” lainnya seperti kartu telepon, sebab e-money yang dimaksudkan disini dapat digunakan untuk berbagai macam jenis pembayaran (multi-purposed).

**Teori Konsumen**

Perilaku konsumen adalah perilaku dalam membelanjakan pendapatannya untuk memperoleh alat-alat pemuas kebutuhan, yang berupa barang maupun jasa (Reksoprayitno: 2011) . Dengan kata lain, perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan saat proses konsumsi. Menurut Sciffman dan Kanuk (dalam Sumarwan : 2014) istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang memperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan memuaskan kebutuhan mereka. Dapat disimpulkan bahwa teori konsumen bagaimana reaksi konsumen dalam kesediaannya membeli sesuatu barang terhadap berubahnya jumlah pendapatan yang ia peroleh. Dalam Ilmu Ekonomi Mikro yang di maksud dengan konsumen adalah seseorang atau kelompok yang melakukan serangkaian kegiatan konsumsi barang atau jasa. Konsumen memiliki kebiasaan dan tingkah laku yang berbeda-beda.

**Preferensi Konsumen**

Ilmu ekonomi menjabarkan bahwa preferensi adalah sebuah teori pilihan (theori of choice) seseorang. Peferensi ini meliputi pilihan dari pilihan sederhana hingga kompleks, untuk menunjukan bagaimana seseorang dapat merasakan atau menikmati apa yang dipilih. Menurut Munandar (2012) preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Seseorang selalu dapat menyusun skala pilihan terhadap situasi atau kondisi mulai dari yang di senangi hingga yang paling tidak disukai. Preferensi konsumen menurut Wijayanti (dalam Aiman et al 2016) adalah suka tidak sukanya seseorang terhadap produk(barang atau jasa) yang di konsumsi. Preferensi menunjukan kesukaan konsumen dari berbagai produk pilihan yang ada.

**Literasi Keuangan**

Literasi keuangan erat kaitannya dengan keuangan pribadi. Seseorang dikatakan memiliki literasi keuangan yang baik apabila ia memiliki kemampuan dan kepercayaan diri dalam mengelola keuangannya secara efektif serta mampu membuat keputusan-keputusan finansial yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kesejahteraan individu karena pengaruhnya yang sangat kuat terhadap kondisi finansial.

Otoritas Jasa Keuangan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK.07/2016 tentang peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan/atau masyarakat mendefinisikan bahwa literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan konsumen dan masyarakat luas yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi lebih baik.

**C. Metode penelitian**

**Populasi Penelitian dan Metode Pengumpulan Data**

Populasi dalam penelitian ini mencakup Masyarakat Kota Malang yang memiliki kartu pembayaran elektronik. Mengacu pada publikasi dari badan pusat statistik kota malang jumlah penduduk Kota Malang berjumlah 856.410 pada tahun 2016

jumlah sampel dari penelitian ini adalah 99,98 sehingga dilakukan penyesuaian jumlah atau pembulatan menjadi sebanyak 100 orang dari total penduduk Kota Malang. Pengambilan sampel akan dilakukan menggunakan teknik non probability sampling dengan pendekatan sampling purposive yang merupakan teknik penetuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu penduduk Kota Malang yang memiliki kartu Pembayaran elektronik.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuisioner. Untuk variabel pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial tertentu (Sugiyono, 2001).

**Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari sampel penelitian dengan menggunakan metode pengumpulan data terpilih. teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik regresi linear berganda, Sebelum melakukan analisis regeresi linear berganda terdapat beberapa indikator yang akan direduksi terlebih dahulu dengan menggunakan analisis faktor, yaitu pengetahuan, perilaku, dan sikap untuk menentukan literasi keuangan. Analisis faktor adalah analisis statistika yang bertujuan untuk mereduksi dimensi data dengan cara menyatakan variabel asal sebagai kombinasi linear sejumlah faktor, sedemikian hingga sejumlah faktor tersebut mampu menjelaskan sebesar mungkin keragaman data yang dijelaskan oleh variabel asal.

**Analisis Faktor**

Menurut santoso (dalam Basri:2012) terdapat beberapa tahapan agar faktor dapat dibentuk menjadi variabel. Adapun analisis penting dalam analisis faktor sebagai berikut:

1. Menguji korelasi antar faktor dengan hasil output KMO dan Barltlets Test. Nilai KMO-MSA (Kaiser-Mayer-Okin and Measure of Sampling Adequancy) ¬berkisar antara 0 sampai dengan 1 yang menunjukan apakah sampel bisa dianalisis lebih lanjut atau tidak. Apabila nilai KMO-MSA lebih besar atau sama dengan 0,5 dan signifikan, maka analisis faktor layak dilanjutkan ke tahap selanjutnya.
2. Untuk menguji korelasi antar faktor maka dapat dilakukan analisis pada matriks anti image corelation. Jika nilai koefisien korelasi pada bagian off diagonal bernilai lebih atau sama dengan setengah, maka analisis layak untuk dilanjutkan. Namun jika terdapat faktor yang tidak memiliki nilai dibawah setengah, maka variabel harus dieliminasi dari analisis faktor.
3. Tahap selanjutnya adalah menganalisis seberapa besar variabel yang nantinya terbentuk dapat menjelaskan faktornya dengan melihat hasil tabel communalities. Nilai dari masing-masing variabel harus diatas 50% faktor dapat ditentukan
4. Untuk menentukan kemungkinan variabel yang akan terbentuk dapat ditentukan dengan menganalisa hasil pada tabel Total Variance Explained. Jika terdapat variabel yang memiliki nilai eigenvalue lebih besar dari 1 dan persentase variance cukup besar, maka analisis faktor dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya
5. Setelah variabel terbentuk, maka tahap selanjutnya adalah mengelompokan faktor berdasarkan nilainya terhadap variabel yang terbentuk. Jika nilai korelasi variabel lebih dari 0,5% pada salah satu variabel, maka faktor tersebut dapat dikelompokan ke variabel yang telah terbentuk.

**D. Hasil dan Pembahasan**

**Perkembangan E-money di Indonesia**

Perkembangan e-money di Indonesia dimulai pada tahun 2009 dimana di tahun tersebut merupakan awalan pertumbuhan e-money yang paling signifikan dengan adanya 9 penerbit e-money. Digitalisasi transaksi keuangan dan cashless society atau generasi masyarakat tanpa uang tunai yang didorong oleh pemerintah membuat transaksi nontunai meningkat cukup pesat. Pada 2010, volume e-money baru mencapai 27 juta transaksi dengan nilai Rp 693 miliar. Namun, pada akhir 2016 volume uang elektronik telah mencapai 684 juta transaksi dengan nilai lebih dari Rp 7 triliun.

Demikian pula ketersediaan infrastruktur uang elektronik juga mengalami peningkatan. Pada 2013, mesin reader (pembaca) e-money baru mencapai 139 ribu unit, tapi pada akhir Juli 2017 telah mencapai 455 ribu unit. Pembayaran angkutan umum khusus nya di DKI Jakarta, pembelian tiket masuk tempat hiburan di kota-kota besar membuat transaksi e-money masih akan menunjukkan peningkatan. Jumlah uang elektronik pun mengalami peningkatan yang cukup signifikan, pada tahun 2010 tercatat sekitar 7.914.018 instrumen dan pada 2017 sudah tercatat pada angka 90.003.848 instrumen.

Sampai saat ini pula BI masih terus mengupayakan peningkatan pada penggunaan e-money pada masyarakat. BI secara aktif terus berupaya untuk mensosialisasikan layanan penggunaan uang elektronik pada masyarakat luas baik secara langsung maupun melalui media sosialisasi dan edukasi.

**Gamabaran Umum Literasi Keuangan di Kota Malang**

Menurut sutiaji (2017) inklusi keuangan di kawasan Jawa Timur, Khususnya Kota Malang sudah melampaui target nasional, yaitu 73 persen. Namun hal itu tidak dibarengi oleh tingkat literasi yang masih berada di angka 37 persen.

Untuk mengatasi rendahnya angka literasi keuangan, maka pemerintah harus bekerjasama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang memiliki tugas untuk memberi pemahaman bagi warga akan hal tersebut, selain monitoring dan penindakan akan lembaga keuangan. Tingginya tingkat literasi keuangan di masyarakat akan berdampak positif pada pemahaman tentang layanan jasa keuangan, baik dari sektor perbankan hingga asuransi.

Seperti yang dikatakan oleh Kepala OJK Malang, Widodo Support pemerintah menunjukkan komitmen dalam membangun perekonomian di Kota Malang. Peran pemda sinergi dengan lembaga lainnya akan mampu meningkatkan percepatan ekonomi di Malang secara maksimal. Hal tersebut pun disambut baik oleh pihak pemerintah yang disampaikan oleh Wali Kota Malang bahwa Pemerintah Kota Malang mampu menjadi katalisator dan mediator yang mampu mewujudkan hal tersebut.

**Gambaran Umum Responden**

Dari hasil penyebaran kuisioner kepada sebagian Penduduk Kota Malang yang berjumlah 109 responden, maka dapat diperoleh gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden, usia responden, pendidikan terakhir responden, penghasilan perbulan responden, dan domisili responden di kota malang. Gambaran karakteristik responden secara rinci adalah sebagai berikut:

1. 50,5% responden adalah perempuan
2. 79% responden adalah 22-24 tahun
3. 51% responden adalah lulusan SMA
4. 65% responden berpenghasilan Rp1.000.000 - Rp3.000.000
5. 67% responden berdomoili di Lowokwaru

**Uji Validitas**

Hasil uji validitas instrumen dengan Korelasi Pearson terhadap angket Pengetahuan Finansial, Perilaku Finansial, Sikap Finansial, Efisiensi Sistem Pembayaran, dan Preferensi Konsumen diperoleh nilai r hitung setiap item memenuhi syarat yaitu > 0,361 sehingga 25 item valid dan dapat dilanjutkan.

Hasil uji reliabilitas instrumen dengan Cronbach Alpha terhadap angket Pengetahuan Finansial, Perilaku Finansial, Sikap Finansial, Efisiensi Sistem Pembayaran, dan Preferensi Konsumen diperoleh nilai Cronbach Alpha memenuhi syarat yaitu > 0,600 sehingga variabel yang digunakan adalah reliabel.

**Uji Normalitas**

Hasil uji normalitas residual menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov terhadap model regresi linier antara Literasi Keuangan, Efisiensi Sistem Pembayaran, Usia, Pendidikan Terakhir, dan Penghasilan per Bulan terhadap Preferensi Konsumen diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,900 (p > 0,05) sehingga residual mengikuti distribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

**Uji Heteroskedastisitas**

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser diperoleh nilai signifikansi setiap variabel Literasi Keuangan (0,884) Efisiensi Sistem Pembayaran (0,476) Usia (0,807) Pendidikan Terakhir (0,152) Penghasilan Perbulan (0,470) lebih dari 0,05 sehingga asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

**Uji Multikolinearitas**

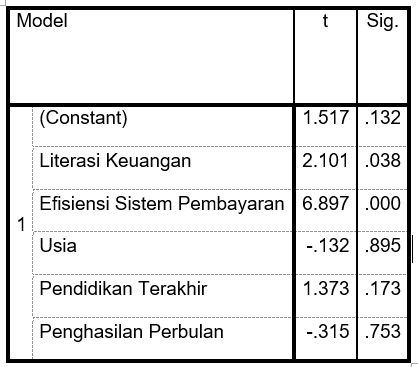
Hasil uji multikolinieritas terhadap model regresi linier antara Literasi Keuangan (1,508), Efisiensi Sistem Pembayaran (1,416), Usia (1,721), Pendidikan Terakhir (1,242), dan Penghasilan per Bulan (1,592) terhadap Preferensi Konsumen menggunakan uji VIF diperoleh nilai VIF setiap variabel bebas kurang dari 10 sehingga tidak ditemukan masalah multikolinieritas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Hasil pengujian secara simultan dengan uji F didapatkan nilai F hitung (19,512) lebih dari F tabel (2,303) atau nilai signifikansi (0,000) kurang dari alpha (0,050) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara Literasi Keuangan, Efisiensi Sistem Pembayaran, Usia, Pendidikan Terakhir, dan Penghasilan per Bulan terhadap Preferensi Konsumen secara simultan.

Hasil koefisien determinasi didapatkan nilai R Square sebesar 0,489 artinya bahwa besar pengaruh terhadap variabel Preferensi Konsumen yang ditimbulkan oleh variabel Literasi Keuangan, Efisiensi Sistem Pembayaran, Usia, Pendidikan Terakhir, dan Penghasilan per Bulan adalah sebesar 48,9 persen, sedangkan besar pengaruh terhadap variabel Preferensi Konsumen yang ditimbulkan oleh faktor lain adalah sebesar 51,1 persen.

Tabel 1.1: Hasil Uji T



Beradasarkan tabek diatas diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Uji parsial antara variabel Literasi Keuangan terhadap variabel Preferensi Konsumen didapatkan nilai t hitung (2,101) lebih dari t tabel (1,983) atau nilai signifikansi (0,038) kurang dari alpha (0,050) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Literasi Keuangan terhadap variabel Preferensi Konsumen.
2. Uji parsial antara variabel Efisiensi Sistem Pembayaran terhadap variabel Preferensi Konsumen didapatkan nilai t hitung (6,897) lebih dari t tabel (1,983) atau nilai signifikansi (0,000) kurang dari alpha (0,050) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Efisiensi Sistem Pembayaran terhadap variabel Preferensi Konsumen.
3. Uji parsial antara variabel Usia terhadap variabel Preferensi Konsumen didapatkan nilai t hitung (0,132) kurang dari t tabel (1,983) atau nilai signifikansi (0,895) lebih dari alpha (0,050) sehingga tidak terdapat pengaruh antara variabel Usia terhadap variabel Preferensi Konsumen.
4. Uji parsial antara variabel Pendidikan Terakhir terhadap variabel Preferensi Konsumen didapatkan nilai t hitung (1,373) kurang dari t tabel (1,983) atau nilai signifikansi (0,173) lebih dari alpha (0,050) sehingga tidak terdapat pengaruh antara variabel Pendidikan Terakhir terhadap variabel Preferensi Konsumen.
5. Uji parsial antara variabel Penghasilan per Bulan terhadap variabel Preferensi Konsumen didapatkan nilai t hitung (0,315) lebih dari t tabel (1,983) atau nilai signifikansi (0,753) kurang dari alpha (0,050) sehingga tidak terdapat pengaruh antara variabel Penghasilan per Bulan terhadap variabel Preferensi Konsumen

**Pembahasan dan Implikasi Penelitian**

Pada hasil penelitian ini dapat dikatakan apabila literasi keuangan mengalami kenaikan, maka preferensi konsumen dalam penggunaan emoney akan semakin meningkat.

Dalam variabel literasi keuangan, merupakan cerminan dari pengetahuan, sikap, dan perilaku finansial dari konsumen. Sehingga literasi keuangan memberikan indikasi bahwa orang dengan pengetahuan, sikap, dan perilaku finansial yang baik akan mendorong seseorang untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan.

Oleh karena itu, agar masyarakat Kota Malang dapat tertarik dan terdorong menggunakan e-money maka tingkat literasi keuangan perlu ditingkatkan. Hal itu tidak bisa lepas dari peranan regulator yaitu pemerintah, Bank Indonesia, dan Otoritas Jasa Keungan. Tingginya tingkat literasi keuangan di masyarakat akan berdampak positif pada pemahaman tentang layanan jasa keuangan, baik dari sektor perbankan hingga asuransi. Hal itu pula mampu meminimalisir angka investasi bodong yang selama ini telah banyak merugikan masyarakat (Sutiaji :2017).

Pada penelitian terdahulu, ditunjukan bahwa terdapat korelasi positif antara literasi keuangan terhadap perluasan akses masyarakat terhadap lembaga jasa keuangan. Studi yang dilakukan oleh Tustin (2010) memperlihatkan bahwa pelatihan literasi keuangan membudayakan pola pikir dan kecerdasan keuangan serta memotivasi masyarakat untuk merencanakan dan mengelola keuangannya. Dengan demikian, sikap dan perilaku keuangan yang dimiliki oleh masyarakat tersebut mampu mendorong masyarakat untuk memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan dengan baik, sehingga memunculkan hubungan positif antara literasi keuangan.

Pada hasil penilitian ini menunjukan bahwa efisiensi sistem pembayaran berpengeruh positif terhadap preferensi penggunaan e-money. Artinya semakin tinggi tingkat efisiensi nya maka semakin tinggi preferensinya dalam menggunakan e-money.

Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya variabel usia tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat dalam penggunaan e-money. Hal ini menunjukkan, preferensi penggunaan e-money tidak ditentukan oleh usia dari masyarakat pengguna e-money.

Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya variabel usia tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat dalam penggunaan e-money. Hal ini menunjukkan, preferensi penggunaan e-money tidak ditentukan oleh usia dari masyarakat pengguna e-money.

Dalam hal ini, penggunaan alat pembayaran non tunai berhubungan dengan pemahaman dan penguasaan teknologi. Sebab, seiring berkembangnya zaman dan teknologi, sistem pembayaran non tunai juga melahirkan berbagai inovasi instrumen pembayaran yang memanfaatkan penggunaan teknologi, seperti kartu debet/atm, kartu kredit, e-money, mobile banking dan internet banking. Penggunaan internet dan penyebar luasan informasi yang masif menjadi penyebab faktor usia tidak berpengaruh terhadap preferensi penggunaan e-money.

Namun, penelitian ini menunjukkan hasil yang bertentangan secara teoritis. Dimana, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasannya faktor usia tidak mempengaruhi preferensi masyarakat dalam penggunaan alat pembayaran non tunai. Hal tersebut bisa saja terjadi dengan berbagai alasan yang sudah dijabarkan diatas dan karakteristik responden dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini hasil dari variabel pendidikan menunjukan hasil tidak signifikan terhadap preferensi penggunaan E-money. Hal ini berarti preferensi penggunaan e-money tidak ditentukan oleh tingkat pendidikan dari pengguna e-money di Kota Malang.

Namun pada hasil penelitian ini bertentangan dengan teoritis dan hasil penelitian terdahulu. Dimana berdasarkan hasil penelitian bahwasannya variabel pendidikan tidak mempengaruhi preferensi penggunaan e-money di Kota Malang. Hal tersebut bisa saja terjadi karena adanya kebijakan pemerintah yang menggantikan tiket menggunakan uang elektronik Per 1 Oktober 2017, para pengguna jalan tol wajib menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Selain itu, pembayaran non-tunai dapat digunakan di berbagai moda transportasi. Uang elektronik sekaligus berfungsi sebagai tiket transportasi (kompas: 2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya variabel tingkat penghasilan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam penggunaan e-money. Hal ini berarti preferensi penggunaan e-money tidak ditentukan oleh tingkat pendidikan dari pengguna e-money di Kota Malang.

Namun pada hasil penelitian ini bertentangan dengan teoritis dan hasil penelitian terdahulu. Dimana berdasarkan hasil penelitian bahwasannya variabel penghasilan tidak mempengaruhi preferensi penggunaan e-money di Kota Malang. Hal tersebut bisa saja terjadi karena kepemilikan e-money berbeda dengan alat pembayaran non-tunai lainnya seperti kartu debit dan kredit, dimana beberapa e-money tidak memiliki syarat khusus untuk memilikinya dan tidak adanya saldo minimum sehingga kepemilikan e-money mengacu pada nilai kemudahan dan kepraktisan.

Pada pembahasan di atas, dijelaskan beberapa faktor-faktor yang terdapat pada e-money berpengaruh terhadap preferensi penggunaan e-money di Kota Malang. Hasil tersebut dapat membantu penerbit dan regulator untuk melihat tanggapan konsumen terhadap perkembangan e-money di Kota Malang. Dengan penerbit dan regulator memperhatikan faktor tersebut, maka diharapkan dapat meningkatkan minat penggunaan e-money untuk bertransaksi dibandingkan dengan uang tunai.

Upaya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan transaksi non tunai dalam hal ini juga tidak kalah penting. Kinerja perbankan dalam memberikan pelayanan terbaik, memenuhi segala tanggung jawab yang dimiliki dan memberikan rasa nyaman dan puas kepada masyarakat pengguna alat pembayaran non tunai dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran non tunai. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat. Sehingga, penggunaan alat pembayaran non tunai pun akan meningkat.

Implikasi selanjutnya yaitu sosialisasi dan pemasaran kepada masyarakat. Sosialisasi dan pemasaran dalam hal ini merupakan hal yang sangat penting untuk dapat mendorong penggunaan alat pembayaran non tunai oleh masyarakat. Sebab, mayoritas masyarakat Indonesia lebih suka menggunakan uang tunai. Khususnya pada instrumen e-money yang tergolong baru di indonesia, sosialisasi yang didukung oleh pemerintah juga turut memberikan dampak positif terhadap penggunaan e-money seperti mewajibkan penggunaan uang elektronik pada jalan toll sebagai penggantu tiket masuk. Sedangakan dari segi pemasaran yang dilakukan beberapa perusahaan penerbit e-money adalah memberikan potongan harga pada pengguna, sehingga intensitas penggunaan e-money menjadi meningkat.

Selain itu, faktor literasi keuangan dalam hal ini jiha berpengaruh terhadap preferensi penggunaan e-money, karena menurut Noviani (2018) Lebih dari 50 persen penduduk Indonesia merupakan pengguna layanan internet. Akan tetapi, sayangnya baru 7,5 persen dari keseluruhan pengguna layanan internet memanfaatkan jaringan internet untuk transaksi elektronik. Hal ini juga sejalan dengan penjelasan zulkifli sebagai etua Umum Ikatan Bankir Indonesia (IBI) Untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang literasi keuangan, perbankan sebagai salah satu institusi keuangan yang populer di masyarakat berperan penting dalam mengaplikasikan penggunaan e-money. Menurut OJK penggunaan e-money dapat membantu untuk meningkatkan tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia. Karena setidaknya, terdapat dua acuan yang telah dikemas oleh Bank Indonesia (BI) dalam peraturan-peraturannya, yakni kebijakan mengenai Layanan Keuangan Digital (LKD) dan branchless banking.

Dengan demikian, untuk mendorong penggunaan e-money dapat dilakukan dengan sosialisasi mengenai sistem pembayaran non tunai dan berbagai manfaat yang dapat diperoleh, serta tata cara penggunaan e-money kepada masyarakat. Selain itu, untuk lebih memperkenalkan sistem pembayaran non tunai kepada masyarakat dapat dilakukan dengan memasarkan berbagai produk pembayaran non tunai melalui berbagai media iklan dan promosi, antara lain televisi, radio, internet, billboard, dan lain sebagainya. Sosialisasi dan pemasaran tersebut dapat dilakukan untuk masyarakat pada umumnya, dan masyarakat yang berpotensi untuk menggunakan e-money pada khususnya, seperti masyarakat dengan latar belakang usia. Dengan berbagai cara tersebut, maka pengetahuan masyarakat mengenai e-money akan meningkat. Selanjutnya, masyarakat akan semakin tertarik untuk menggunakan e-money, dan penggunaan e-money pun akan meningkat.

**E. Kesimpulan dan saran**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi penggunaan e-money di Kota Malang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor literasi keuangan dan efisiensi sistem pembayaran adalah faktor yang memiliki hasil regresi berpengaruh signifikan dengan preferensi pengunaan e-money, dikarenakan dengan penguasaan literasi keuangan yang semakin tinggi dapat diasumsikan bahwa konsumen akan paham dengan produk jasa keuangan maupun perbankan, sehingga dapat memilih transaksi menggunakan kartu uang elektronik. Pada efisiensi sistem pembayaran, konsumen memilih sistem pembayaran yang memudahkan, aman, berbiaya rendah, dan efektif. E-money di yakini sebagai instrumen yang efektif karena cepat dalam melakukan transaksi, dan aman karena dibawah pengawasan OJK dan BI.
2. Faktor usia, pendidikan terakhir, dan pendapatan adalah faktor yang memiliki hasil regresi tidak berpengeruh terhadap preferensi penggunaan e-money. Hal tersebut bisa terjadi karena saat ini untuk memiliki uang elektronik sangatlah mudah, adanya promosi yang gencar dan program pemerintah untuk menggalakkan program non-tunai juga turut mempengeruhi kepemilikan uang elektronik.

**Saran**

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat mengajukan beberapa saran, sebagai berikut ;

1. Apabila ditinjau dari faktor literasi keuangan yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk menggunakan atau tidak menggunakan e-money. Sehingga, untuk dapat mendorong penggunaan emoney oleh masyarakat dibutuhkan upaya dari pihak penerbit dan regulator untuk meningkatkan literasi keuangan demi meningkatkan preferensi terhadap penggunaan e-money. Meningkatkan kualitas pelayanan dari penerbit terkait penyelenggaraan pembayaran menggunakan e-money, serta lebih gencar melakukan sosialisasi dan promosi kepada masyarakat luas mengenai pembayan menggunakan e-money. Mengedukasi masyarakat mengenai literasi keuangan juga perlu dilakukan oleh pihak terkait khususnya regulator, agar masyarakat memahami bagaimana pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh perbankan, bukan hanya itu karena dengan literasi keuangan masyarakat akan lebih paham bagaimana mengelola keuangan dan paham akan resiko investasi.
2. Apabila ditinjau dari efisiensi sistem pembayaran, masyarakat cenderung menyukai sistem pembayaran yang efisien, baik dari segi waktu, biaya, keamanan, dan kenyamanan. Hal tersebut perlu diperhatikan oleh penerbit e-money, karena dengan memberikan aspek diatas dalam penggunaan e-money akan meningkatkan jumlah penggunaan alat pembayaran tersebut.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga jurnal ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada Asosiasi Dosen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya dan Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya yang memungkinkan jurnal ini bisa diterbitkan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Adriani, Dessy. 2015. *Integrasi Pertumbuhan Ekonomi dan Penciptaan Kesempatan Kerja Sektor Pertanian di Indonesia*. Jurnal Sosiohumaniora Vol. 18 (No.3): 204-212.

Aprilia, Ika. 2018. Pemerintah Perlu Gencarkan Literasi Keuangan Untuk Transaksi Elektronik. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/25/180000926/pemerintah-perlu-gencarkan-literasi-keuangan-untuk-transaksi-elektronik> .Diakses pada 30 Agustus 2018

Anonim. 2018. Sutiaji Beberkan Pentingnya Inklusi dan Literasi Keuangan. <https://malangkota.go.id/2017/11/19/sutiaji-beberkan-pentingnya-inklusi-dan-literasi-keuangan> .Diakses Pada 6 Februari 2019.

Anggraeni, Pipit. 2018. Geliat E-money di Malang Raya Terus Tunjukan Tren Positif. <https://www.malangtimes.com/public/baca/29034/20180704/101057/geliat-emoney-di-malang-raya-terus-tunjukkan-tren-positif> .Diakses pada 13 Februari 2018

Aiman, Ammar, Asep Agus Handaka dan Walim Lili. 2006. Analisis preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli produk olahan perikanan di kota tasikmalaya (studi kasus di pasar tradisional cikurubuk, kec. Mangkubumi) Universitas Padjadjaran jurnal.unpad.ac.id/jpk/article/download/13902/6653

Azali, K. 2016, "Cashless in Indonesia: Gelling Mobile E-frictions?", Journal of Southeast Asian Economies, vol. 33, no. 3, pp. 364-386.

Badan Pusat Statistik Kota Malang. Kota Malang dalam Angka 2017. <https://malangkota.bps.go.id/publication/2017/08/12/af218a8b74d037b3f9d87c85/kota-malang-dalam-angka-2017> . Diakses pada 11 September 2018

Bank Indonesia. 2006. Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat dan Lembaga Penyedia Jasa Terhadap Pembayaran Non Tunai. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/sistem-pembayaran/riset/Documents/fa20823cd42a4737945ca423701dbdd4SurveyLCS.pdf>. Diakses pada 25 November 2017 .

Bank Indonesia. 2011. Sistem Pembayaran di Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/Contents/Default.aspx> Diakses Pada 9 Februari 2018

Bank Indonesia. 2018. Statistik Sistem Pembayaran. <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/transaksi.aspx> Diakses Pada 20 Juli 2018

Fozia. 2013. A Comparative Study of Consumer Perception Toward E-Banking Service Provide by Selected Private and Public Sector Bank in India. International Journal of Scientific and Research in Publication, Vol. 3, Issue 9, September 2013, ISSN 2250-3153.

Hidayati, siti dkk. 2006. Kajian Operasional E-Money. Jakarta: Bank Indonesia

Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Goczek, Lukasz dan Bartosz Witkowsi. 2015. Determinants of non-cash payment. NBP Working Paper No.196.

Nasri, Wadie dan Mohamed Zarai. 2014. Empirical Analysis of Internet Banking Adoption in Tunisia. Asian Economic and Financial Review, 2014, 4(12): 1812-1825 <http://www.aessweb.com/pdf-files/aefr-2014-4(12)-1812-1825.pdf>

Otoritas Jasa Keuangan.2017. Strategi Nasional Literasi Keuangan. <http://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-(Revisit-2017)-.aspx> Diakses pada 25 September 2018

Peppers, Don dan Martha Rogers. 2004. Managing Customer Relationship: A Strategic Framework. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. <https://www.academia.edu/8837255/_Don_Peppers_Martha_Rogers_Managing_Customer_Rel_Book_ZZ_org_?auto=download>

Kata Data. 2017. Transaksi Uang Elektronik Januari-Juli 2017 Naik 58 Persen. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/06/transaksi-uang-elektronik-januari-juli-2017-naik-58-persen> Diakses Pada 9 Januari 2018

Listfield, R dan F. Montes-Negret. 1994. “Modernizing Payment System in Emerging Economies”. World Bank Policy Research Working Paper. <http://documents.worldbank.org/curated/en/669981468765043216/Modernizing-payment-systems-in-emerging-economies> Diakses Pada 8 Februari 2019

International Network on Financial Education. 2011. Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy. <https://www.oecd.org/finance/financial-education/49319977.pdf> Diakses Pada 14 Mei 2018

Purnomo, Serfianto Dibyo, Cita Yustisia Serfiyani dan Iswi Hariyani. 2012. “Untung dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit & Uang Elektronik”. Jakarta. Visi Media.

Remund, D. L. (2010) ‘Financial Literacy Explicated : The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy’, 44(2), pp. 276–295. Definition in an Increasingly Complex Economy

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2014. Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran). Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

Sridawati. 2006. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Penggunaan Kartu Pembayaran Elektronik [Skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor

Nicholson, W, 1995. Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya. Terjemahan dari Intermediate Microeconomics, oleh Agus Maulana. Bina Rupa Aksara. Jakarta.

Zulganef. 2008. Metode Penelitian Sosial dan Bisnis. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu