

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP  
MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY* DI KOTA DENPASAR (STUDI  
KASUS PADA PENGGUNA *GO-PAY*)**

IG.A. Bagus Chandradita Purna

I Made Wianto Putra

Cok Istri Ratna Sari Dewi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa

E-mail: Baguschandradita@gmail.com

**ABSTRAKSI**

Teknologi sudah menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting, bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap individu untuk menyelesaikan permasalahannya dengan cepat serta meringankan semua aspek pekerjaannya. Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat atas suatu alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik. Perkembangan *e-money* di Indonesia tergolong pesat, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia dan jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia yang terus meningkat setiap tahun. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kota Denpasar yang menggunakan dompet digital dari aplikasi Go-Jek. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience* atau *accidental*. Teknik *convenience* atau *accidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat dipergunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik pengambilan data menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan metode analisis regresi linier berganda. Dengan jumlah sampel 388 responden. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa hasil perhitungan dengan nilai koefisien beta positif sebesar 0,627 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif variabel persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan nilai koefisien beta positif sebesar 0,065 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,005 < 0,005$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif variabel persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay*.

Kata kunci : persepsi manfaat, persepsi risiko, *e-money Go-pay*

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era revolusi industri 4.0 seperti saat ini, perkembangan secara pesat terjadi dalam bidang teknologi di berbagai Negara termasuk di Indonesia. Revolusi industri 4.0 adalah perubahan fundamental dalam bidang industri yang telah memasuki era baru. Teknologi sudah menjadisuatu kebutuhan yang sangat penting, bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap individu untuk menyelesaikan permasalahannya dengan cepatsertameringankan semua aspek pekerjaan. Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat atas suatu alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik. Perkembangan *e-money* di Indonesia tergolong pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia dan jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia yang terus meningkat setiap tahun.

Uang elektronik kini menjadi alat pembayaran yang biasa dipergunakan sehari-hari pada masyarakat di Indonesia, hal ini karena pemerintah mendukung gerakan non-tunai sebagai alat pembayaran, seiring perkembangannya transaksi elektronik dapat digunakan pada *smartphone* yang diberi nama *e-wallet*. Di Indonesia telah tersedia beberapa perusahaan yang menawarkan jasa dompet elektronik. Salah satu perusahaan yang tengah berkembang saat ini yaitu PT. Dompet Anak Bangsa atau biasa disebut *Go-pay* dimiliki oleh PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang biasa dikenal dengan sebutan *Go-Jek*. Menurut data bank sentral nasional mencatat jumlah pengguna dompet elektronik mencapai 113,5 juta sedangkan jumlah pengguna uang elektronik bank hanya separuhnya sekitar 60,3 juta pengguna (Makki, 2019).

Minat seseorang untuk menggunakan uang elektronik didasarkan oleh beberapa faktor yakni persepsi manfaat atau kemudahan yang didapat serta persepsi risiko yang didapat dalam penggunaan uang elektronik. Persepsi manfaat adalah suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem dapat bermanfaat maka ia akan

menggunakannya. Sebaliknya jika merasa bahwa sistem informasi kurang bermanfaat maka ia tidak akan menggunakannya. Persepsi risiko adalah suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan (Marchelina dan Pratiwi, 2014).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *e-money* di Kota Denpasar (Studi Kasus Pada Pengguna *Go-pay*)**”

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay* di Kota Denpasar?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay* di Kota Denpasar?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay* di Kota Denpasar.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay* di Kota Denpasar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Landasan Teori**

#### *1. Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* dikenal sebagai model penerimaan teknologi yang telah dikembangkan Davis *et al.* TAM merupakan model pengembangan dari TRA. Konsep TAM berawal dari kapabilitas dari fitur-fitur sistem informasi, kemudian mengarah pada motivasi individu untuk menggunakan sistem informasi selanjutnya muncul tindakan penggunaan yang disebut dengan perilaku. Model TRA menunjukkan bahwa individu melakukan sebuah tindakan perilaku

penggunaan sistem informasi atas dasar kemauannya sendiri (Amin, 2016:250).

## 2. Minat Pengguna

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memaksanya (Sholikhah, 2018). Indikator minat pengguna (Fitri, 2015): Minat transaksional, Minat referensial, Minat preferensial, dan Minat eksploratif.

## 3. Persepsi Manfaat

Manfaat merupakan suatu ukuran dimana pengguna suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Nofitasari, 2017). Indikator persepsi manfaat atau *perceived usefulness* (Rahayu, 2018): Menjadikan pekerjaan lebih cepat, Bermanfaat, Menambah produktivitas, Meningkatkan efektivitas, Mengembangkan kinerja pekerjaan.

## 4. Persepsi Risiko

Persepsi risiko didefinisikan sebagai suatu perasaan oleh konsumen bahwa keputusan yang dibuatnya akan menghasilkan konsekuensi dimana ia tak dapat mengantisipasi dengan suatu pikiran yang pasti (Saifulloh, 2019). Indikator persepsi risiko atau *perceived risk* (Ariani dan Zhulhawati, 2017): Risiko psikologi, Risiko keuangan, Risiko kinerja, Risiko fisik dan Risiko sosial.

## **B. Hipotesis**

Berdasarkan temuan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay* di Kota Denpasar.

H<sub>2</sub>: Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay* di Kota Denpasar.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi (Sugiyono, 2019:126). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Denpasar yang menggunakan dompet elektronik *Go-pay* dari aplikasi Go-Jek yaitu sebanyak 13.497 pengguna aktif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience* atau *accidental*. Jumlah sampel yang diambil dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 388 responden.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara teknik pengumpulan data kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang disusun secara tertulis untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban para responden (Rahyuda, 2017:217). Alat uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, Uji heteroskedastisitas. Analisis regresi linier berganda, Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F dan uji t.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Analisis Data**

#### **1. Pengujian Instrumen**

##### **a. Uji Validitas**

Berdasarkan hasil dari uji validitas dapat dilihat bahwa antara skor butir pertanyaan menunjukkan nilai koefisien lebih besar dari 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

##### **b. Uji Reliabilitas**

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien reliabilitas lebih besar 0,70. Nilai keseluruhan *cronbach's alpha*  $\geq 0,70$  menunjukkan bahwa pengukuran tersebut dapat memberikan hasil yang konsisten

apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama pada waktu yang berbeda.

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa besarnya nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) sebesar  $0,542 > 0,005$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang dipergunakan merupakan data yang berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel bebas berada di atas 0,1 dan nilai VIF berada di bawah 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model data variabel dalam penelitian tidak terdapat gejala multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016:105). Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *glejser*. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

## 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda variabel persepsi manfaat dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay*. Diketahui konstanta besarnya 1,974 mengandung arti jika variabel persepsi manfaat dan persepsi risiko tidak berubah, maka minat menggunakan *e-money Go-pay* tidak mengalami perubahan atau sama dengan 1,974.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan hasil analisis determinasi besarnya nilai koefisien determinasi sebesar 0,870 menunjukkan bahwa kontribusi variabel persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan

*e-money Go-pay* sebesar 87 persen sedangkan sisanya sebesar 13 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

b. Uji F

Berdasarkan hasil uji F maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay*.

c. Uji t

1) Berdasarkan hasil uji maka nilai t hitung  $28,600 > t$  tabel 1,960 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan variabel persepsi manfaat (X1) memiliki kontribusi terhadap variabel minat menggunakan *e-money Go-pay* (Y).

2) Berdasarkan hasil uji maka nilai t hitung  $2,849 > t$  tabel 1,960 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan variabel persepsi risiko (X2) memiliki kontribusi terhadap variabel minat menggunakan *e-money Go-pay* (Y).

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *e-money Go-pay*

Pengujian hipotesis pertama bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay*. Variabel persepsi manfaat memiliki nilai koefisien beta positif sebesar 0,627 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ . Hasil ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay*. Sehingga penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang diberikan oleh konsumen maka semakin tinggi minat menggunakan *e-money Go-pay*.

### 2. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *e-money Go-pay*

Pengujian hipotesis kedua bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay*. Variabel persepsi risiko memiliki nilai koefisien beta positif sebesar 0,065 dengan tingkat

signifikansi sebesar  $0,005 < 0,005$ . Hasil ini mengindikasikan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay*. Sehingga penelitian ini membuktikan bahwa semakin besar persepsi risiko yang dirasakan oleh konsumen maka semakin tinggi minat menggunakan *e-money Go-pay*.

## **PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka didapat simpulan terkait dengan pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-money* di Kota Denpasar (studi kasus pada pengguna *go-pay*) adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil perhitungan dengan nilai koefisien beta positif sebesar  $0,627$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif variabel persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay*. Sehingga hipotesis yang diberikan diterima dan dapat dinyatakan dimensi persepsi manfaat dapat memengaruhi minat konsumen dalam menggunakan *e-money Go-pay*.
- b. Berdasarkan hasil perhitungan dengan nilai koefisien beta positif sebesar  $0,065$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,005 < 0,005$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif variabel persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-money Go-pay*. Sehingga hipotesis yang diberikan diterima dan dapat dinyatakan dimensi persepsi risiko dapat memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan *e-money Go-pay*.

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat disampaikan beberapa saran yang diharapkan berguna untuk kepentingan praktisi dan untuk kepentingan penelitian selanjutnya.

1. Bagi perusahaan Go-Jek diharapkan perusahaan selalu memperbaharui fasilitas fitur yang dibutuhkan pengguna, dengan adanya kelengkapan



- fasilitas akan dapat mempermudah nasabah sehingga nasabah akan menggunakan layanan uang elektronik *Go-pay*.
2. Diharapkan kepada pihak perusahaan memberikan pemahaman kepada pihak nasabahnya tentang manfaat penggunaan uang elektronik *Go-pay* sehingga terjadi pemahaman pada nasabah akan fasilitas tersebut.
  3. Diharapkan bagi perusahaan untuk meemberikan rasa aman bagi pengguna layanan *e-money Go-pay* dengan caramemberikan fitur keamanan dalam transaksi agar terhindar dari risiko-risiko yang mungkin terjadi.
  4. Penelitian ini memiliki keterbatasan, sehingga untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel lainn seperti, variabel persepsikepercayaan atau variabel fitur layanan yang dapat meningkatkanminat penggunauntuk menggunakan uangelektronik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Firman, dkk. 2016. *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*, Jurnal Vol.13. 2 Oktober 2016.
- Ghozali,2016.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.Semaran g:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ilham Saifulloh, Akhmad. 2019. *Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Flashsale Shopee Di Kalangan Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Surabaya.
- Kasmir.2014.*Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi*.2014.Jakarta:PT RajaGrafindo Persada.
- Marchelina, Dwi dan Raisa Pratiwi. 2014. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang)*.
- Nurmalasari, Ajeng.2018.*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*.Skripsi. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

- Nofitasari, Dian Lusiana. 2017. *Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Di Surakarta: Studi Pada Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Skripsi Sarjana Perbankan Syariah, Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Rahayu, Rurie Wiedya. 2018. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Gopay Dari PT. Gojek Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Rahyuda, I Ketut. 2017. *Metode Penelitian Bisnis Edisi Revisi 2017*. Cetakan Pertama. Denpasar: Udayana University Press.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Septa Yogananda, Andrean dan I Made Bayu Dirgantara, 2017. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik*. Jurnal Vol.6 2017.
- Sholikhah, Fitri, 2018. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Daya Tarik Iklan, Dan Sikap Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Money BSM (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Surakarta)*, Skripsi Sarjana Ekonomi Syariah, Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Wibowo, dkk 2015. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuter Line di Jakarta)*. Jurnal Vol. 6, No. 1, 2015.
- Zulhawati, Meliyah Ariani. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan dan Risiko Terhadap Miat Menggunakan Line Pay*. Universitas Tarumanegara
- Fauszie, Yanna Yuli 2017. <http://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20171011173831-92-47749/marak-modus-penipuan-hadiah-dari-gopay>, diakses pada tanggal 5 desember 2019.
- <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik>, di akses pada tanggal 5 desember 2019.