

ANALISIS KESIAPAN MASYARAKAT KOTA CIREBON DALAM MENGGUNAKAN E-MONEY SEBAGAI ALAT TUKAR

Yanah

Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon (Prodi,Akuntansi)

Surel : yancrb333@gmail.com

Abstrak

Fungsi uang sebagai alat pembayaran yang sejak dahulu digunakan adalah uang kartal dalam bentuk kertas dan logam. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis sejauhmana tingkat kesiapan penggunaan e-money dalam transaksi ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat kota Cirebon. Populasi dalam penelitian ini masyarakat yang berdomisili di kota Cirebon, teknik sampling menggunakan probability sampling. Metode yang digunakan UTAUT2. Alat analisis data menggunakan Smart PLS. Hasil penelitian diketahui bahwa tingkat kesiapan masyarakat kota Cirebon sangat tinggi terhadap penggunaan e-money sebagai alat pembayaran, terutama dalam suasana pandemic covid 19 ini dikarenakan masyarakat kota Cirebon lebih banyak yang belanja secara online dan mengurangi aktifitas di luar rumah.

Kata Kunci: *e-money*, alat tukar

PENDAHULUAN

Uang merupakan alat pembayaran yang sejak dahulu digunakan terdiri dari uang kartal dan giral, namun seiring dengan kemajuan teknologi dikenal electronic money (e-money) yang memiliki fungsi yang sama dengan kedua jenis uang tersebut. Kemudahan alat transaksi berupa e-money tersebut yaitu lebih praktis dan tidak dalam bentuk fisik sehingga lebih aman dan nyaman terutama di masa pandemic covid-19 dan new normal karena ketika melakukan transaksi keuangan tidak ada kontak langsung dengan uang antara penjual dan pembeli. Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah masyarakat yang menggunakan e-money belum secara keseluruhan karena masih banyak masyarakat khususnya di kota Cirebon yang bertransaksi menggunakan uang kartal padahal uang merupakan sarana berpindahnya suatu virus dari tangan seseorang ke tangan yang lain. Pemberlakuan dan penerapan uang elektronik ini sudah sah setelah Bank Indonesia mengeluarkan peraturan yang tertuang dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik. Data terbaru khusus untuk pembayaran non tunai BI mengungkapkan ada peningkatan tajam bahkan penggunaan uang elektronik mengalami pertumbuhan mencapai 66.6%.

Uang elektronik dibagi menjadi dua jenis, yaitu Pertama, uang elektronik berbasis chip umumnya berbentuk kartu, seperti e-money, Flazz dan Brizzi. Kedua, Uang elektronik berbasis server, biasanya berbentuk aplikasi, seperti Go-Pay, Ovo, dan LinkAja. Kini sudah ada 37 uang elektronik dari kedua jenis ini yang beredar di Indonesia. Berikut ini daftar uang elektronik yang sudah terdaftar di Bank Indonesia, yaitu : (1) PT Artajasa Pembayaran Elektronis (MYNT E-Money) (2) PT Bank Central Asia Tbk (Sakuku dan Flazz) (3) PT Bank CIMB Niaga (Rekening Ponsel) (4) PT Bank DKI (Jakarta One/JakOne dan JakCard) (5) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk (Mandiri e-

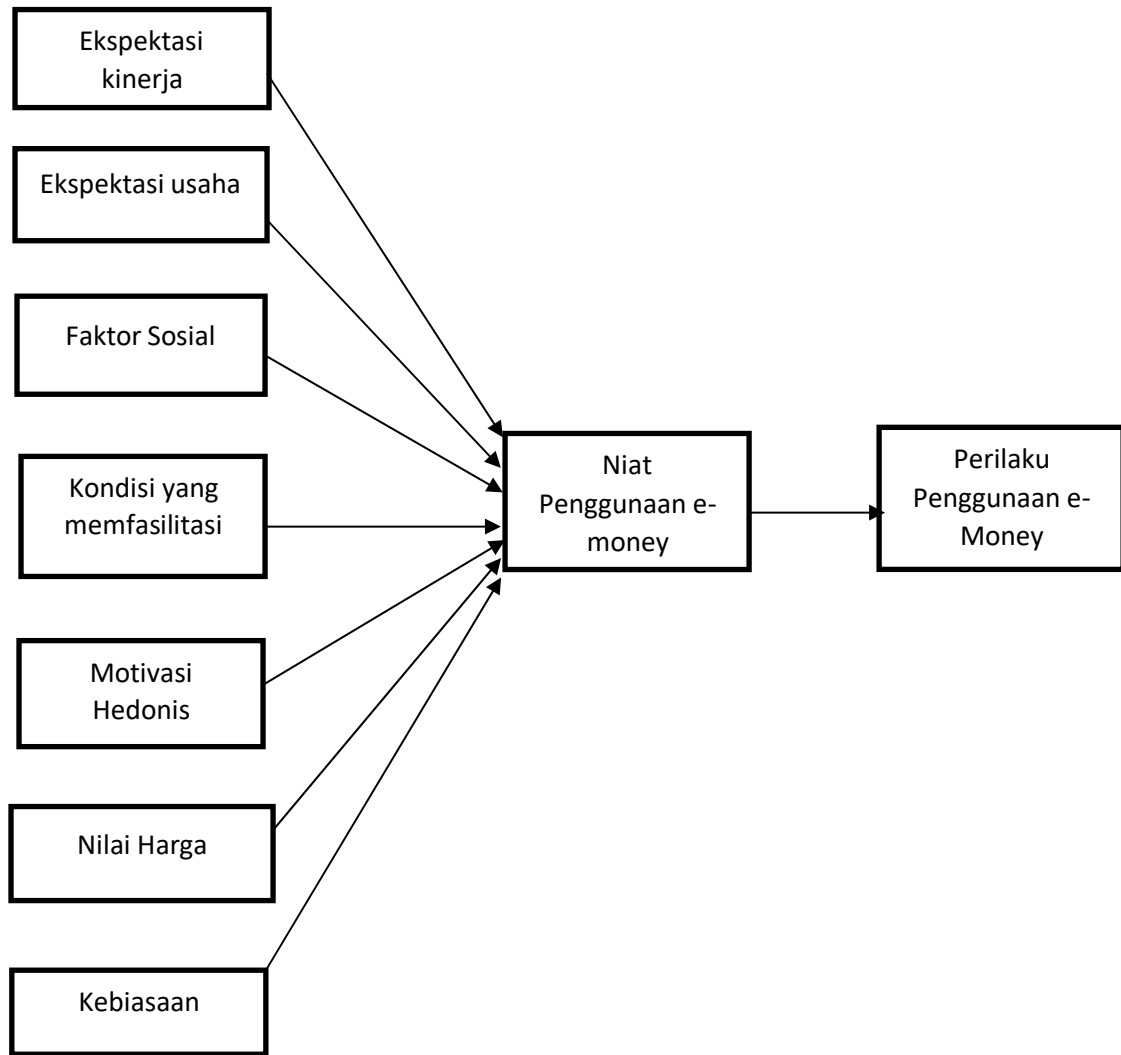
cash dan Mandiri e-money) (6) PT Bank Mega Tbk (Mega Virtual dan Mega Cash), (7) PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (UnikQu dan Tapcash), (8) PT Bank National nobu (Nobu e-money), (9) PT Bank Permata (BBM Money), (10) PT Bank Rakyat Indonesia (T bank dan Brizzi), (11) PT Finnet Indonesia (FinnChannel) (12) PT Indosat Tbk (PayPro/Dompotku), (13) PT Nusa Satu Inti Artha (DokuPay) (15) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Flexy Cash dan iVas Card), (16) PT Telekomunikasi Seluler (T-Cash dan Tap Izy) (17) PT XL Axiata Tbk (XL Tunai), (18) PT Smartfren Telecom Tbk (Uangku), (19) PT Dompot Anak Bangsa (Go-Pay) (20) PT Witami Tunai Mandiri (TrueMoney) (21) PT Espay Debit Indonesia Koe (Dana), (22) PT Bank QNB Indonesia, Tbk (Dooet), (24) PT Buana Media Teknologi (Gudang Voucher) (25) PT Bimasakti Multi Sinergi (Speed Cash), (26) PT Visionet Internasional (OVO Cash), (27) PT Inti Dunia Sukses (iSaku), (28) PT Veritra Sentosa Internasional (Paytren), (29) PT Solusi Pasti Indonesia (KasPro), (30) PT Bluepay Digita Internasional (Bluepay), (31) PT Ezeelink Indonesia (Ezeelink) (32) PT E2Pay Global Utama (M-Bayar) (33) PT Cakra Ultima Sejahtera (DUWIT) (34) PT Airpay Internasional Indonesia (SOPEEPAY), (35) PT Bank Sinarmas (Simas E-Money) (36) PT Transaksi Artha Gemilang (OttoCash) (37) PT Fintek Karya Nusantara (LinkAja).

Pokok permasalahan dalam penggunaan e-money adalah masih banyak masyarakat yang belum memahami secara komprehensif tentang cara penggunaan e-money terutama di daerah-daerah di Indonesia. Berdasarkan teori yang dikembangkan Venkatesh, dkk (2012) niat untuk berperilaku dan menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan. Gupta, dkk (2017) ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem. Khan dkk (2017) kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat penggunaan online banking. Kranthi & Ahmed (2018) kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap niat pemanfaatan teknologi jam pintar. Sutanto, dkk (2018) motivasi hedonis menekankan tidak perlu menyimpan uang kembalian atau menyediakan uang pas untuk suatu transaksi. Wulandari & Yadnyana (2016) kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat penggunaan e-filling. Ain, dkk (2016) kebiasaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan e-money. Ni komang, dkk (2020) perilaku penggunaan e-money dipengaruhi oleh niat penggunaan dan kebiasaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kesiapan masyarakat kota Cirebon dalam penggunaan e-money sebagai alat tukar.

METODE

Penelitian ini dilakukan di kota Cirebon karena penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap penggunaan e-money pada masyarakat kota Cirebon. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis diketahui bahwa penggunaan e-money oleh masyarakat kota Cirebon sejauh ini di bidang transaksi makanan melalui aplikasi grab dan go food, transportasi melalui aplikasi grab (ovo) dan go car (gopay) dan pembayaran e-tol dan e-ticket serta pembelian produk-produk dari

aplikasi e-commerce. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Penulis menggunakan model UTAUT2 yang dikembangkan oleh Venkatesh (2012) dengan variabel penelitian yaitu Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Faktor sosial, Kondisi yang memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, Kebiasaan, Niat penggunaan e-money, Perilaku penggunaan e-money. Untuk lebih jelasnya bagan paradigma penelitian model UTAUT2 dapat dilihat pada gambar 1

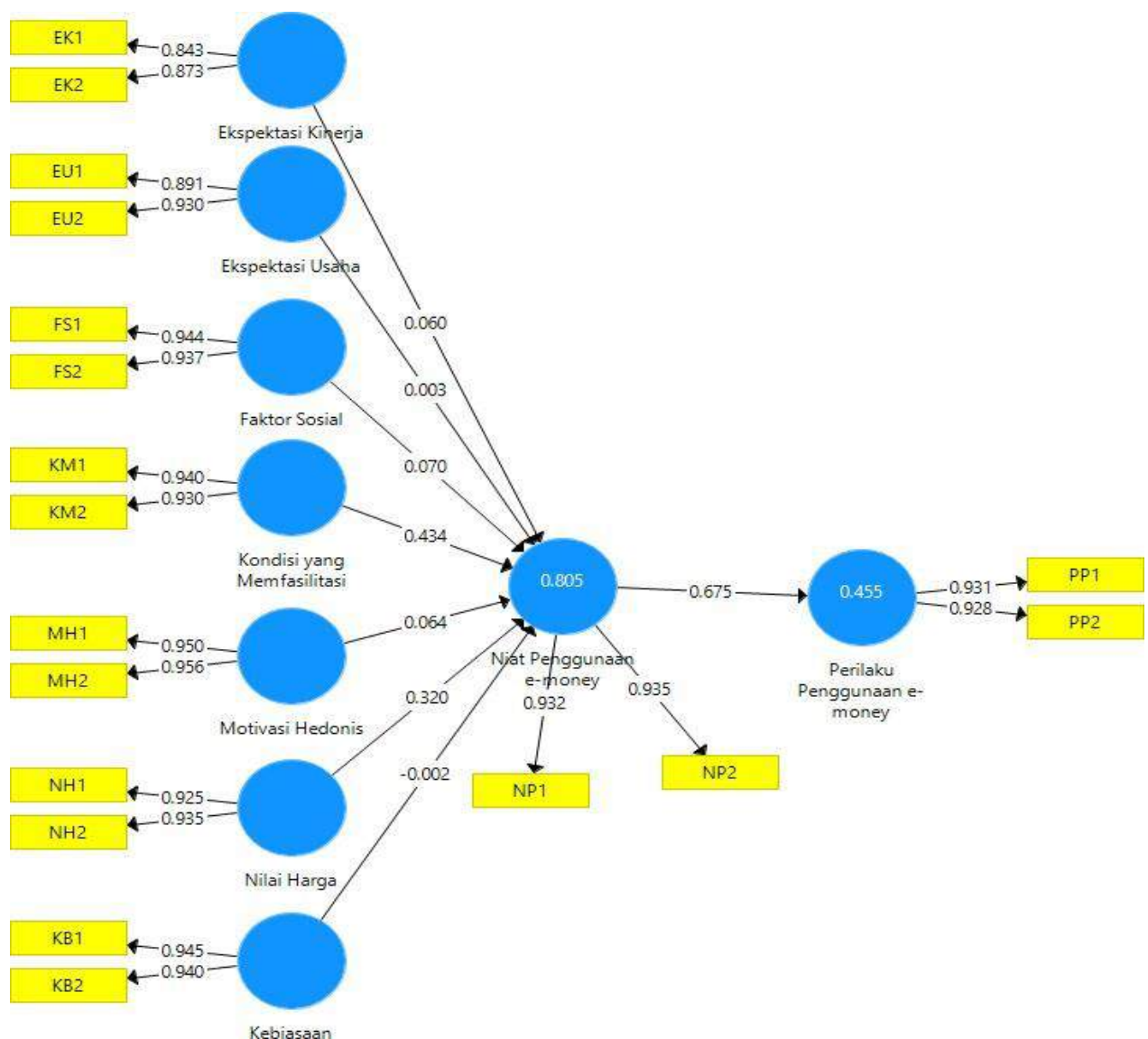


Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Cirebon yang berjumlah 316.277 jiwa (cirebonkota.bps.go.id), teknik sampling menggunakan probability sampling. Rumus menentukan ukuran sampel menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5% yaitu : $n = \frac{316.277}{1+(316.277)(0.05)^2} = 399$

Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner online yang dikirim di media sosial responden. Alat analisis data menggunakan smart PLS 3.2

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis terhadap kuisioner yang dibagikan kepada responden menggunakan metode UTAUT 2 diketahui bahwa nilai hasil pengujian *convergent validity*, *discriminant validity*, and *reliability* dari setiap variabel yang diteliti dalam penelitian ini. nilai *outer loading* harus lebih besar dari 0.6 oleh karena itu kuisioner yang nilai *outer loading*nya kurang dari 0.6 harus dikeluarkan dari model. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa semua kuisioner nilainya *outer loading*nya lebih dari 0.6 sehingga dapat digunakan dalam model penelitian sebagaimana dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Hasil Analisis Menggunakan SmartPLS

Pengukuran *Discriminant Validity* digunakan untuk menguji keakuratan indikator dengan variabel laten dilakukan dengan membandingkan nilai *Average Variance Extracted* dengan setiap nilai korelasi dari konstruk. *Discriminant validity yang bagus adalah lebih besar dari 0.7*. Pada tabel 3 diketahui bahwa nilai *Discriminant Validity* lebih besar dari 0.7 artinya dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian ini.

Tabel 2 Discriminant Validity

	EK	EU	FS	KB	KM	MH	NH	NP	PP
Ekspektasi Kinerja	0.858								
Ekspektasi Usaha	0.588	0.911							
Faktor Sosial	0.725	0.649	0.941						
Kebiasaan	0.741	0.635	0.871	0.942					
Kondisi yang Memfasilitasi	0.736	0.618	0.848	0.817	0.935				
Motivasi Hedonis	0.749	0.643	0.867	0.905	0.843	0.953			
Nilai Harga	0.714	0.606	0.807	0.779	0.873	0.811	0.933		
Niat Penggunaan	0.736	0.669	0.844	0.818	0.880	0.862	0.860	0.930	
Perilaku Penggunaan	0.567	0.472	0.659	0.663	0.648	0.655	0.675	0.683	0.930

Pengujian reliabilitas variabel dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Composite Reliability* dengan nilai *Cronbach's Alpha*. Variabel dinyatakan reliabel jika nilai keduanya diatas 0.7.

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Rho A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extraced</i>
Ekspektasi kinerja	0.743	0.747	0.848	0.736
Ekspektasi usaha	0.796	0.821	0.907	0.829
Faktor sosial	0.871	0.873	0.939	0.885
Kebiasaan	0.874	0.875	0.941	0.888
Kondisi yang Memfasilitasi	0.856	0.859	0.933	0.874
Motovasi hedonis	0.899	0.902	0.952	0.908
Nilai harga	0.852	0.852	0.931	0.871
Niat penggunaan	0.844	0.847	0.927	0.865
Perilaku penggunaan	0.843	0.844	0.927	0.865

Dari hasil pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi 5% nilai t tabel adalah 1.96, artinya jika nilai t hitung lebih dari 1.96 maka hipotesis diterima. Dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis dinyatakan diterima sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4. Pengujian hipotesis

Hipotesis	Hubungan	t-value	Hasil
H1	EK → NP	2.050	diterima
H2	EU → NP	2.995	diterima
H3	FS → NP	2.130	diterima
H4	KB → NP	2.285	diterima
H5	KM → NP	2.345	diterima
H6	MH → NP	2.690	diterima
H7	NH → NP	2.560	diterima
H8	NP → PP	2.935	diterima

Ekspektasi Kinerja (EK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan (NP) e-money karena masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan sesuatu yang dinilai lebih simpel dan praktis sehingga masyarakat lebih tertarik menggunakan e-money karena tidak perlu membawa uang tunai yang dinilai berisiko tinggi terhadap tindakan kriminalitas, dan untuk pengisian saldo e-money juga sebenarnya mudah dapat melalui m-banking atau top up di minimarket atau gerai e-money, akan tetapi tidak semua masyarakat memiliki m-banking sehingga masih dinilai kurang praktis dalam pengisian ulang saldo. Ekspektasi Usaha (EU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan (NP) e-money karena e-money dinilai mempermudah dalam melakukan transaksi secara online dan menjamin keamanan konsumen dalam bertransaksi atau berbelanja online. Faktor Sosial (FS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan (NP) e-money karena masyarakat kota Cirebon cenderung lebih cepat untuk menggunakan e-money karena menyesuaikan dengan lingkungan sosial di sekitarnya agar tidak tertinggal dari yang lain. Kebiasaan (KB) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan (NP) e-money karena kebiasaan masyarakat di kota Cirebon yang menggunakan sarana transportasi online dan pembelian makanan serta berbelanja secara online membuat masyarakat cenderung lebih mudah untuk berniat menggunakan e-money hanya saja sampai saat ini lebih banyak yang menggunakan e-money dalam bentuk virtual seperti Ovo, Gopay, Shopee Pay dan lain-lain dibandingkan yang menggunakan chip atau berbentuk kartu. Kondisi yang Memfasilitasi (KM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan (NP) e-money.

Kondisi yang memfasilitasi niat penggunaan e-money bagi masyarakat kota Cirebon dinilai sudah sangat baik, hal ini dapat dilihat dari banyaknya penyedia jasa dan merchant atau minimarket yang memfasilitasi pembayaran melalui e-money di kota Cirebon. Motivasi Hedonis (MH) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan (NP) e-money karena dengan adanya e-money masyarakat di kota Cirebon dapat melihat-lihat produk yang dijual dari rumah atau tempat kerja masing-masing dan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya dengan mudah. Nilai Harga (NH) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan (NP) e-money. Masyarakat kota Cirebon lebih cenderung berbelanja menggunakan e-money karena banyak keuntungan-keuntungan yang ditawarkan baik oleh penjual maupun oleh e-commerce seperti bebas ongkir, voucher belanja, diskon dan masih banyak hadiah langsung lainnya jika berbelanja dengan nilai minimal yang ditentukan dan menggunakan e-money sehingga masyarakat lebih termotivasi untuk menggunakan e-money sebagai alat tukar atau alat pembayaran dibandingkan uang kartal yang berbentuk kertas dan logam. Niat Penggunaan (NP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan (PP) e-money. Niat penggunaan e-money oleh masyarakat kota Cirebon sudah sangat tinggi akan tetapi untuk perilaku penggunaan e-money belum secara keseluruhan masyarakat kota Cirebon menggunakan e-money karena tidak semua tempat berbelanja menyediakan fasilitas pembayaran e-money terutama di toko atau warung-warung kecil sehingga perlu adanya peran serta pemerintah untuk memfasilitasi semua toko kecil untuk memiliki fasilitas layanan e-money sebagai alat pembayaran.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa niat penggunaan masyarakat kota Cirebon terhadap penggunaan e-money sebagai alat tukar sudah sangat tinggi akan tetapi pada tingkat pelaksanaan penggunaannya masih belum maksimal dikarenakan berbagai faktor terutama motivasi hedonis yang berpengaruh terhadap penggunaan e-money karena berdasarkan hasil analisis nilainya lebih besar dari variabel-variabel lain sedangkan variabel Ekspektasi kinerja merupakan faktor yang berpengaruh terhadap belum optimalnya penggunaan e-money di kota Cirebon karena untuk penggunaan e-money harus mengisi saldo terlebih dahulu sehingga dinilai kurang praktis oleh masyarakat awam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Prof. Dr. H. M. Guntoro., Ir.,Drs.,MM.,M.Si selaku Rektor Untag Cirebon dan panitia Semnaskonsorsium Untag Indonesia serta reviewer yang telah mereview artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ain, N., Kaur, K., & Waheed, M, 2016, The Influence of Learning Value on Learning Management System Use : An Extension of UTAUT 2, *Information Development*, 32(5), 1306-1321
- Gupta, A., Dogra, N & George, B, 2017, What Determines Tourist Adoption of Smartphone Apps? An Analysis Based on the UTAUT-2 Framework, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 28(4), 695-704
- Khan, I, U.,Hameed, Z.,Khan, S, U & Beijing, T, 2017, UNderstanding Online Banking Adoption in a Developing Country : UTAUT 2 With Cultural Moderators, *Journal og Government Information Marketing*, 25 (1), 43-65
- Kranthi, A, K & Ahmed, K, A, A, 2018, Determinant of SmartWatch Adoption among IT Professionals- An Extended UTAUT-2 Model for Smartwatch Enterprises, *Internasional Journal Enterprise Network Management*, 9 (3), 294-315
- Ni Komang Risma Dwindi Putri, 2020, Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar, *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2):540-555
- Sutanto, Ghozali, I & Handayani, R, S, 2018, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) Dalam Perspektif The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 di Kabupaten Semarang, *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 15 (1), 37-68
- Venkatesh, B., Thong, J, Y, L & Xu, X, 2012, Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Toward A Unified View. *Mis Quarterly*, 36 (1), 157-178

Wulandari, N. P, A & Yadnyana, I, K, 2016, Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology di Kota Denpasar, *E-Jurnal Akuntansi*, 14(2) 1270-1279