

## PENGARUH KEMAMPUAN FINANSIAL, KEMUDAHAN, DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DI KOTA YOGYAKARTA

*Indrawan Firdauzi*

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

indrawanfirdauzi@yahoo.co.id

**Abstrak:** Uang elektronik merupakan salah satu langkah yang baik dalam sistem pembayaran di Indonesia. Semua kegiatan dilakukan secara elektronik dan memungkinkan adanya pencatatan secara langsung saat bertransaksi. Dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan uang elektronik dipengaruhi beberapa faktor. Penelitian ini memiliki 3 variabel endogen yaitu kemampuan finansial, perilaku konsumen dan kemudahan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat penggunaan uang elektronik. Penelitian ini merupakan studi eksploratif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer berupa kuesioner yang berjumlah 130 responden. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk memverifikasi faktor-faktor yang menentukan faktor temuan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 17,2%. (2) Variabel kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan sebesar 54,7%. (3) Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen sebesar 82,4%. (4) Variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar 66,8%. (5) Variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 69,3%.

Kata kunci: Kemampuan finansial, Kemudahan, Perilaku Konsumen, Minat, Uang elektronik

### *THE EFFECTS CAPABILITY OF FINANCE, EASE, AND CONSUMERS' BEHAVIORS ON THE INTEREST IN THE ELECTRONIC MONEY USE IN YOGYAKARTA CITY*

**Abstract:** Electronic money is one of the good means in the payment system in Indonesia. All the activities are electronically conducted and this enables the direct record in the transaction. The decision making in the electronic money use is affected by several factors. This study uses 3 endogenous variables, namely capability of finances, consumers' behaviors, and ease aiming to find out the effects on the interest in electronic money use. This was an exploratory study using the quantitative approach. The data were primary data from a questionnaire distributed to 130 respondents. In the study, the analysis method was *Structural Equation Modeling* (SEM) to verify the factors determining finding factors on the interest in the electronic money use. The results of the study show that: (1) the variable of capability of finances has a significant positive effect on the interest by 17.2%, (2) the variable of capability of finances has a positive effect on ease by 54.7%, (3) the variable of ease has a significant positive effect on consumers' behaviors by 82.4%, (4) the variable of ease has a significant positive effect on the interest by 66.8%. and (5) the variable of consumers' behaviors has a significant positive effect on the interest by 69.3%.

Keywords: Capability of finances, Ease, Consumers' behaviors, Interest, Electronic Money

## PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi modern sebagai pembayaran *non-cash*, baik secara domestik maupun secara internasional telah berkembang pesat disertai dengan berbagai inovasi yang mengarah pada penggunaannya yang semakin efisien, aman, cepat dan nyaman (Burhanuddin, Abdullah, 2006: 9). Pada pertengahan Agustus tahun 2014 lalu Bank Indonesia telah mensosialisasikan adanya program Indonesia bebas uang fisik yang kini lebih dikenal dengan “Gerakan Nasional Non-tunai”. Gerakan nasional non-tunai atau yang biasa disebut dengan GNNT merupakan salah satu program nyata untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat melalui praktik penggunaan instrumen non tunai uang elektronik secara langsung. Sehingga pengguna menjadi terbiasa dan mulai merasa nyaman untuk menggunakan instrumen pembayaran non-tunai ([www.gerakannasionalnontunai.com](http://www.gerakannasionalnontunai.com)). Sistem pembayaran nontunai adalah suatu sistem yang mencakup pengaturan, kontrak / perjanjian, fasilitas operasional, dan mekanisme teknis yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan dan penerimaan instruksi pembayaran serta pemenuhan kewajiban pembayaran melalui pertukaran nilai antar perorangan, bank dan lembaga lainnya baik domestik maupun antra negara (Ktut Silvanita, 2009: 82). Sebelumnya hanya segelintir masyarakat di Indonesia mengenal pembayaran non-tunai, sebelum munculnya uang elektronik program non-tunai sudah dimulai dengan adanya kartu kredit, bagi masyarakat kalangan atas sangatlah mudah mendapat kepercayaan dari pihak perbankan, namun tidak dengan kalangan masyarakat menengah kebawah. Dengan munculnya uang elektronik seluruh lapisan masyarakat dapat menggunakannya, namun karena ketidaktahuannya masyarakat masih jarang dan bahkan tidak tahu apa itu uang elektronik, selain karena kurangnya pengetahuan pada dasarnya masyarakat Indonesia menganggap uang fisik lebih mudah dan lebih efisien untuk melakukan transaksi sehari-hari, terlebih lagi hanya sebagian kecil pengusaha yang memiliki mesin *electronic data capture* (EDC) di usahanya, bahkan ada pengusaha yang sudah memiliki mesin EDC namun para pekerjanya tidak bisa mengoperasikan alat tersebut.

Sebenarnya uang elektronik sama dengan uang tunai, hanya saja nilai uang tersebut dikonversikan ke dalam format elektronik, produk *e-money* pada umumnya dikategorikan atas dua kelompok yaitu *card-based product* dan *software based product*.

### Card based product

Jenis produk ini menggunakan kartu dengan teknologi *Smart Card* (kartu pintar). Kartu pintar adalah kartu plastik, dan berisi satu atau lebih chip semikonduktor tertanam. Kartu pintar biasanya memiliki tempat penyimpanan di EEPROM berfungsi sebagai penyimpanan nilai elektronik (saldo) dan juga biasanya tersedia mikroprosesor untuk melakukan proses data untuk saldo *e-money*. Kemajuan teknologi baru-baru ini juga telah mengembangkan kartu “*contactless*” pintar, dengan kata lain *chip* dapat berkomunikasi dengan pembaca kartu dengan menggunakan identifikasi frekuensi radio atau tanpa dimasukkan ke dalam alat pembaca kartu (Bonugli P.K, 2006).

### Software-based product

Jenis produk ini berbasis server dimana nilai elektronis terletak pada sebuah server yang terhubung melalui suatu jaringan komputer / internet (Bank Indonesia, 2016). Mekanisme pemindahan dana dilakukan melalui suatu jaringan komunikasi seperti internet pada saat melakukan suatu pembayaran. Biasanya jenis produk ini digunakan oleh penerbit yang berasal dari perusahaan operator telekomunikasi (non-perbankan) dikarenakan mereka sudah memiliki jaringan komunikasi yang terhubung dengan alat pembaca.

Uang elektronik muncul sebagai jawaban atas kebutuhan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relatif murah, karena nilai uang yang disimpan instrumen ini dapat ditempatkan pada suatu media tertentu yang mampu diakses dengan cepat secara *offline*, aman dan murah (*Working paper* Bank Indonesia, 2006: 8). Tujuan dari uang elektronik atau biasa disebut *e-money* adalah sebagai alat pembayaran dapat memberikan manfaat berupa memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Selain itu pemegang kartu elektronik tidak lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang (seperti permen) akibat pedagang tidak mempunyai uang kembalian bernilai kecil (receh). Bukan hanya itu uang elektronik juga memiliki tingkat efisiensi yang tinggi karena sangat *applicable* untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi, seperti: transportasi, parkir, jalan tol, *fast food*.

Uang elektronik menawarkan transaksi lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang *cash*, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), sebab dengan uang elektronik transaksi tersebut dapat dilakukan dengan lebih mudah dan murah serta menjamin keamanan dan kecepatan transaksi, baik bagi konsumen maupun bagi pedagang (Siti Hidayati, 2006: 1). Keamanan dan kecepatan transaksi tentunya menjadi komoditi yang diperlukan dan menjadi semacam *enablers* yang cukup efektif untuk terciptanya *cash less society* (Susanto Arif, 2009). Hasil survei LCS (*Less Cash Society*) berkaitan dengan sikap, perilaku, dan preferensi dunia usaha terhadap instrumen pembayaran non-tunai menunjukkan bahwa animo dunia usaha sangat besar dalam menerima instrumen ini.

Oleh karena itu, sistem pembayaran non-tunai yang mungkin bisa dilakukan oleh semua kalangan adalah *e-money*. Saat ini sudah banyak variasi *e-money* mulai dari kartu *e-money* sampai rekening ponsel. Selain karena munculnya GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai), manfaat penggunaan sistem pembayaran non-tunai sangat besar sekali. Sistem ini dapat memperkecil resiko kehilangan uang. Masyarakat tidak akan khawatir uangnya dicuri, karena uang tersebut sudah tercatat hanya dalam sebuah kartu atau catatan saldo rekening ponsel.

Manfaat lainnya, dengan sistem ini Bank Indonesia dapat mengontrol perputaran uang di masyarakat sehingga inflasi dapat dikontrol dengan baik. Selain itu, Bank Indonesia dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang, baik uang kertas maupun uang logam yang mudah rusak. Karena umur penggunaan kartu lebih lama daripada umur penggunaan uang kertas yang mudah robek, basah, dan rusak.

Banyak pandangan di masyarakat bahwa non-tunai memiliki resiko yang besar dan mempunyai banyak kelemahan, oleh sebab itu masyarakat lebih memilih untuk menggunakan

uang fisik. Namun jika dilihat dari ke-efisienan antara uang fisik dengan uang elektronik sangatlah jauh. Bank Indonesia setidaknya menganggarkan Rp3,5 triliun untuk pencetakan uang setiap tahunnya ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)). Sedangkan pencetakan uang elektronik pada dasarnya adalah sejumlah Rp0,- karena bersifat elektronik namun hanya diminta untuk biaya administrasi penerbitan kartu bagi penyelenggara uang elektronik. Negara lain di Asia seperti Singapura sudah mengenal adanya uang elektronik sejak tahun 2000 silam, sementara Hongkong sudah mengenal uang elektronik semenjak tahun 1997, sedangkan Indonesia baru mengenal uang elektronik pada tahun 2007 yang lalu. Adapun sistem pembayaran sendiri adalah tata-cara atau prosedur yang saling berkaitan dalam pemindahan sejumlah nilai uang (alat pembayaran) dari satu pihak ke pihak lain yang terjadi karena adanya transaksi ekonomi. Menurut UU. No.23/1999 tentang Bank Indonesia Pasal 1 sampai 6, sistem pembayaran merupakan “Sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi”. Sedangkan menurut BIS (*Bank for International Settlements*) “Sebuah sistem pembayaran terdiri dari seperangkat alat, prosedur perbankan dan, biasanya mentransfer dana antar bank yang menjamin sistem peredaran uang” (Basel, 2003). Ada dua jenis ruang lingkup pembayaran di Indonesia yaitu:

1. Nilai Besar (dilakukan oleh Bank Indonesia)
  - a. Bank Indonesia *Real-Time Gross Settlement* (BI-RTGS)
  - b. Bank Indonesia *Scriptless Securities Settlement* (BI-SSSS)
2. Nilai Kecil (dilakukan industri bank dan non-bank)
  - a. Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI)
  - b. Instrumen pembayaran elektronik.

Penelitian yang akan penulis teliti mencakup pembayaran nilai kecil yaitu instrumen pembayaran elektronik, berupa kartu debit, uang elektronik dan kartu kredit. Dalam banyak manfaat dan kemudahan dalam penggunaan elektronik, masyarakat masih belum yakin dalam menggunakan uang elektronik, kenyataannya masih hanya sebagian masyarakat di Indonesia yang cenderung menggunakan uang elektronik. Dari kasus tersebut peneliti ingin mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dalam penggunaan uang elektronik. Untuk itu peneliti ingin mengkaji lebih lanjut tentang “Pengaruh Kemampuan finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk kategori penelitian *field research*. Berdasarkan data yang diperoleh, penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini termasuk penelitian eksploratif.

Variabel endogen dalam penelitian ini adalah kemudahan, perilaku konsumen dan minat. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah kemampuan finansial.

Penelitian ini dilaksanakan di Yogyakarta khususnya di daerah indomaret stasiun tugu dan sekitarnya dan selain itu sebagian kuesioner disebar secara online selama agustus hingga September 2016.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Yogyakarta atau orang yang berdomisili di Yogyakarta dan telah menggunakan uang elektronik selama 3 bulan.

Dalam penelitian ini statistik yang digunakan untuk menganalisis data adalah Structural equation modeling, yang diawali dengan evaluasi model pengukuran dan selanjutnya dengan melakukan evaluasi model structural.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data

a. Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin:

| Jenis Kelamin | Jumlah<br>(orang) | (%)  |
|---------------|-------------------|------|
| Laki-Laki     | 92                | 70,8 |
| Perempuan     | 38                | 29,2 |
| Jumlah        | 130               | 100  |

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki dengan jumlah 92 orang dan perempuan dengan jumlah 38 orang. Hal ini dikarenakan peneliti menggunakan metode random sampling, dimana penulis meminta kepada responden yang tidak secara sengaja ditemui pada saat pengambilan data berlangsung.

b. Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan usia

| Usia   | Jumlah | %    |
|--------|--------|------|
| 15-20  | 50     | 38,5 |
| 21-25  | 75     | 57,7 |
| 26-30  | 5      | 3,8  |
| Jumlah | 130    | 100  |

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa rentang usia terbesar adalah 21-25 tahun, hal ini terjadi karena mayoritas masyarakat di kota Yogyakarta merupakan mahasiswa dan pendatang dari kota lain. Selanjutnya, disusul oleh rentang usia 15-20 tahun, masih sama dengan halnya penyebab yang sama dengan rentang 21-25 tahun karena masyarakat di Yogyakarta merupakan mahasiswa dan pendatang dari kota lain. Sedangkan yang terakhir adalah rentang usia 26-30 tahun.

c. Tabel 3. Karakteristik responden berdasar jenis pekerjaan

| Pekerjaan         | Jumlah | (%)  |
|-------------------|--------|------|
| Pelajar/Mahasiswa | 88     | 67,7 |
| PNS               | 5      | 3,8  |
| Swasta            | 11     | 8,5  |
| Wirausaha         | 13     | 10   |
| Lainnya           | 6      | 4,6  |
| Tidak Bekerja     | 7      | 5,4  |
| Jumlah            | 130    | 100  |

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan terbesar responden adalah mahasiswa sebanyak 88 responden, selanjutnya dengan ditempati oleh wirausaha sebanyak 13 responden, kemudian swasta dengan 11 responden, lalu 7 responden tidak bekerja, kemudian lainnya sebanyak 6 responden, dan terakhir PNS memiliki 5 responden.

d. Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan jenis uang elektronik yang dimiliki

| Jenis Uang elektronik | Jumlah | (%)   |
|-----------------------|--------|-------|
| Kartu debit           | 123    | 94,6  |
| Kartu kredit          | 7      | 5,4   |
| E-money               | 18     | 13,8  |
| M-Banking             | 24     | 18,5  |
| E-Banking             | 16     | 12,3  |
| Jumlah                | 188    | 144,6 |

Sumber: data primer diolah

1. Ringkasan Hasil Evaluasi Model Struktural

a. Tabel 5. Nilai R-Square

| Variabel          | R-Square | Keterangan |
|-------------------|----------|------------|
| Minat             | 0,299    | Lemah      |
| Perilaku Konsumen | 0,717    | Kuat       |
| Kemudahan         | 0,679    | Kuat       |

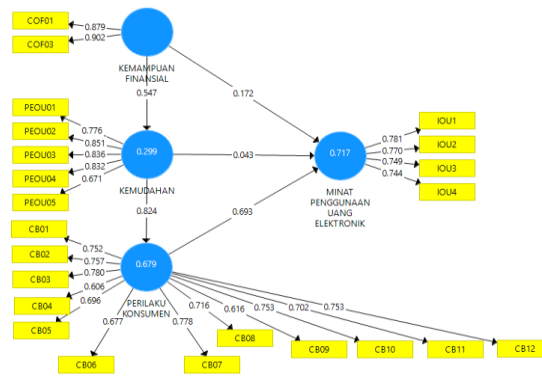
Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat tiga nilai *R-square* yang ada dalam penelitian ini. Pertama yaitu nilai *R-square* dari variabel minat, dimana nilai *R-square* yang didapat yaitu sebesar 0,299 atau tergolong lemah. Artinya bahwa varians dari variabel minat mampu dijelaskan oleh variabel dalam model sebesar 29,9% dan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

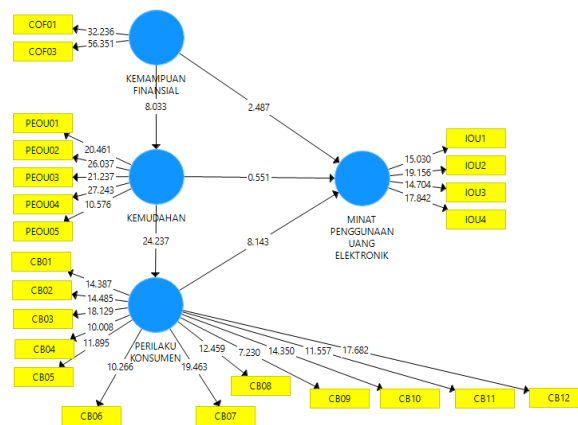
Kedua yaitu nilai *R-square* dari variabel perilaku konsumen, dimana nilai yang diperoleh sebesar 0,717 atau tergolong dalam kategori kuat. Artinya bahwa varians dari variabel perilaku konsumen mampu dijelaskan oleh variabel dalam model sebesar 71,7% dan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Ketiga yaitu nilai *R-square* dari variabel kemudahan, dimana nilai *R-square* yang di dapat yaitu sebesar 0,679 atau tergolong kuat. Artinya bahwa varians dari variabel kemudahan mampu dijelaskan oleh variabel dalam model sebesar 67,9% dan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

b. Uji Signifikansi



Gambar 1. Output pls algorithm



Gambar 2. Bootstrapping

Table 6. Nilai Koefisien Jalur

|                   | Original Sample | P Values |
|-------------------|-----------------|----------|
| Kemudahan → Minat | 0,043           | 0,582    |
| Kemudahan → PK    | 0,824           | 0,000    |
| KF → Kemudahan    | 0,547           | 0,000    |
| KF → Minat        | 0,172           | 0,013    |
| PK → Minat        | 0,693           | 0,000    |

Kemampuan finansial terhadap minat penggunaan uang elektronik

H1: Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,013 dan koefisien jalur sebesar 0,172. Karena *p-value* < 0,05, maka H2 diterima. Jadi Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Kemampuan finansial terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik.

H2: Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik.

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,000 dan koefisien jalur sebesar 0,547. Karena *p-value* <0,05, maka H3 diterima. Jadi Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik.

Kemudahan dalam penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumen

H3: kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen.

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,000 dan koefisien jalur sebesar 0,824. Karena *p-value* <0,05, maka H1 diterima. Jadi kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen.

Kemudahan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

H4: Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

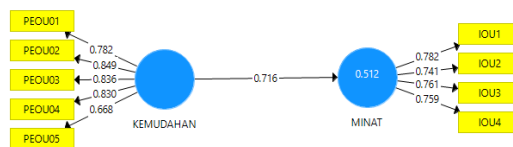
Khusus untuk hipotesis ini, nilai koefisien jalur dan *p-value* tidak berasal dari tabel 6, dikarenakan nilai yang tercantum dalam tabel tersebut merupakan nilai yang sudah dimasukkan variabel mediasi. Maka dari itu perlu dilakukan uji tanpa melibatkan variabel lain.

Perilaku konsumen terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik.

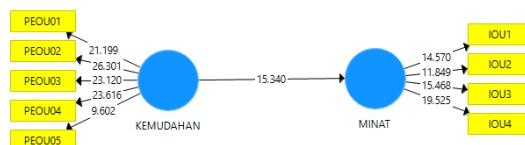
H5: Perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,000 dan koefisien jalur sebesar 0,693. Karena *p-value* <0,05, maka H4 diterima. Jadi Kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik.

Dari keterangan pengujian hipotesis di atas antara variabel kemudahan dan minat diperkirakan memiliki variabel mediasi, maka dari itu perlu adanya pengujian variabel mediasi.



Gambar 3. PLS algorithm kemudahan - minat



Gambar 4. Bootstrapping kemudahan - minat



Tabel 7. Nilai T-statistik dan koefisien jalur kemudahan - minat

|                      | Original sampel | P values |
|----------------------|-----------------|----------|
| Kemudahan<br>→ Minat | 0,716           | 0,000    |

Berdasarkan pada tabel 7 dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,000 dan koefisien jalur sebesar 0,716. Karena *p-value* <0,05 serta koefisien jalur sebesar 0,716 maka H5 diterima. Jadi kemudahan mempengaruhi minat dalam penggunaan uang elektronik.

Selanjutnya yaitu pengujian efek mediasi, dikarenakan model ini terdapat model yang menggunakan efek mediasi, yaitu kemudahan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik melalui Kemampuan finansial dan perilaku konsumen. Pengujian efek mediasi dalam program SmartPLS 3.0 menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny. Menurut Baron dan Kenny terdapat tiga tahapan model untuk menguji efek mediasi yaitu (Ghozali, 2015):

1) Model pertama, menguji pengaruh variabel eksogen (X) terhadap endogen (Y) dan harus signifikan pada *p-value* 5%. Seperti yang sudah dijelaskan pada hipotesis 5 nilai *p-value* <0,05 serta koefisien jalur sebesar 0,716, yang artinya telah memenuhi syarat pertama.

2) Model kedua, menguji pengaruh variabel eksogen (X) terhadap variabel mediasi (M) dan harus signifikan pada *p-value* 5%.

Dalam model ini, terdapat dua variabel mediasi yaitu Kemampuan finansial dan perilaku konsumen. Seperti yang sudah dijelaskan pada hipotesis 1 dan 3 bahwa *p-value* <0,05 yang artinya telah memenuhi syarat kedua.

3) Model ketiga, menguji secara simultan pengaruh variabel eksogen (X) terhadap mediasi (M) terhadap variabel endogen (Y). pada pengujian tahap terakhir diharapkan pengaruh variabel eskogen (X) terhadap variabel endogen (Y) menjadi tidak signifikan, sedangkan pengaruh variabel mediasi (M) terhadap varabel endogen (Y) signifikan pada *p-value* 5%. Untuk syarat ketiga, *p-value* yang digunakan yaitu nilai yang terdapat pada tabel 6, dikarenakan nilai pada tabel tersebut adalah nilai yang sudah menggunakan variabel mediasi.

Berdasarkan pada tabel 6, *p-value* yang didapat lebih dari 5% yaitu 0,582 (>0,05), yang artinya telah memenuhi syarat ketiga. Berdasarkan hasil di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kemampuan finansial dan perilaku konsumen memediasi penuh hubungan antara pengaruh kemudahan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik.

Tahap terakhir yaitu dengan melihat nilai koefisien dan signifikansi dari pengaruh antar variabel yang menggunakan variabel mediasi (M). hal ini bisa dilihat melalui nilai koefisien *indirect effect* dan signifikan pada *p-value* <5% yang tersedia dalam SmartPLS 3.0.

Tabel 8. Nilai indirect effect

|                   | Original Sample | T-statistic ( O/STDEV ) | P value |
|-------------------|-----------------|-------------------------|---------|
| Kemudahan → Minat | 0,571           | 7.723                   | 0,000   |

Berdasarkan pada tabel 8, *p-value* sebesar 0,000 serta koefisien jalur sebesar 0,571. Artinya bahwa model mediasi pengaruh kemudahan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik melalui Kemampuan finansial dan perilaku konsumen diterima.

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik. Artinya semakin besarnya kemampuan finansial seseorang maka minat dalam menggunakan uang elektronik akan semakin tinggi. Hal ini dapat diasumsikan karena semakin besar kemampuan finansial seseorang maka akan semakin besar kemungkinan seseorang tersebut untuk menyimpannya dalam tabungan.
2. Kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap kemudahan dalam penggunaan uang elektronik. Artinya semakin besarnya kemampuan finansial seseorang maka semakin memudahkan orang tersebut dalam menggunakan uang elektronik. Hal ini dapat diasumsikan karena jika seseorang memiliki kemampuan finansial yang cukup tinggi akan semakin memudahkan dalam pengisian uang elektronik, sehingga akses ke uang elektronik tersebut tidak terhambat.
3. Kemudahan dalam penggunaan uang elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumen. Artinya keberadaan kemudahan dalam penggunaan uang elektronik mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan uang elektronik. Hal ini dapat diasumsikan karena kemudahan ditawarkan oleh uang elektronik memungkinkan konsumen lebih memilih uang elektronik dalam bertransaksi. Jadi semakin banyak kemudahan yang ditawarkan maka keinginan konsumen untuk menggunakan uang elektronik semakin besar.
4. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam penggunaan uang elektronik. Artinya semakin besar kemudahan yang ditawarkan, maka semakin besar minat seseorang untuk menggunakan uang elektronik. Hal ini dapat diasumsikan karena semakin mudah produk yang ditawarkan, jika produk tersebut memang sangat berguna maka akan semakin besar minat seseorang untuk menggunakan produk tersebut.
5. Perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Artinya semakin tinggi nilai utilitas yang ditawarkan kepada konsumen menjadikan minat penggunaan terhadap uang elektronik semakin bertambah. Dalam

penelitian ini dapat diasumsikan karena semakin banyaknya transaksi yang tidak dapat dilakukan secara langsung memungkinkan konsumen memilih untuk menggunakan uang elektronik, dalam hal ini beberapa hal ikut berpengaruh seperti faktor kepercayaan, efisiensi dan rasa aman dalam bertransaksi.

1. Dalam penelitian ini kemampuan finansial berpengaruh sangat kecil terhadap minat penggunaan uang elektronik, disisi lain kemampuan finansial juga sangat mempengaruhi kemudahan. maka diharapkan pihak penerbit uang elektronik lebih memudahkan dalam hal batas minimal pengisian saldo agar masyarakat yang berpenghasilan rendah mampu untuk membuat dan mengisi uang elektronik.
2. Dalam penelitian ini kemudahan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan berpengaruh cukup tinggi terhadap minat penggunaan uang elektronik. Maka dalam hal ini diharapkan pihak penerbit harus selalu meningkatkan fitur yang ada sehingga semakin memudahkan konsumen. Semakin mudah maka mereka berpeluang lebih besar untuk memilih menggunakan uang elektronik.
3. Dalam penelitian ini perilaku konsumen berpengaruh cukup tinggi terhadap minat penggunaan uang elektronik. Maka dalam hal ini diharapkan pihak penerbit dapat membuat konsumen nyaman mungkin dalam menggunakan uang elektronik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2006). Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non-Tunai Melalui Pengembangan E-Money. *Working Paper*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Burhanuddin, Abdullah. (2006). Toward a Less Cash Society in Indonesia. *Paper Seminar Internasional*. Hal 9.
- Rahmatsyah, Deni. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru. [Tesis]. Universitas Indonesia.
- Ghazali, Imam. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program Smart PLS 3.0. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Rahmatsyah, Deni. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru. [Tesis]. Universitas Indonesia.
- Silvanita, Ktut. (2009). Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Jakarta: Erlangga.
- Susanto, Arif. (2009). Era Uang Elektronik di Depan Mata. Tersedia di [http://www.bisnis.com/servlet/page?\\_pageid=127&\\_dad=portal30&\\_schema=PORTAL](http://www.bisnis.com/servlet/page?_pageid=127&_dad=portal30&_schema=PORTAL)
- Wijanto, Setyo Hari. (2008). Structural Equation Modeling. Yogyakarta: Graha Ilmu.