



## PENINGKATAN PENGGUNAAN E-MONEY DI MASA PANDEMI COVID-19

Ghonimah Zumroatul Ainiyah<sup>1</sup>, Muhamad Nur Aziz<sup>2</sup>, Kartika Dewi Permatasari<sup>3</sup>,  
Yubiharto<sup>4</sup>

STIE Tamansiswa Banjarnegara Jl. Mayjend Panjaitan No. 29 Banjarnegara  
Email : eny.wsb@gmail.com<sup>1</sup>, [nuraziz0806@gmail.com](mailto:nuraziz0806@gmail.com)<sup>2</sup>, [kartikadewi1510@gmail.com](mailto:kartikadewi1510@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[hyubi@yahoo.co.id](mailto:hyubi@yahoo.co.id)<sup>4</sup>

### ABSTRACT

*The use of e-money is currently increasing along with the increasing use of the internet as a transaction tool. This shows that e-money has been accepted and used by the Indonesian people, besides the Covid-19 pandemic has also been a driving factor for the increasing use of e-money. This study aims to determine the effect of price discounts, ease of use, risk and promotion on interest in using e-money. This study uses quantitative methods, with primary data through questionnaires distributed to five universities in Banjarnegara with a population of 1,145 people. While the sample used is 92 respondents. Data analysis used instrument test (validity test and reliability test), classical assumption test (normality test, heteroscedasticity test and multicollinearity test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing using t test, F test and coefficient of determination. The data analysis tool uses SPSS. The results of the partial test showed that price discounts had a significant positive effect on interest in using e-money, ease of use had a significant positive effect on interest in using e-money, risk had no and no significant effect on interest in using e-money, promotion had a significant positive effect on interest using e-money. Simultaneous test results show that price discounts, ease of use, risk and promotions have a simultaneous effect on interest in using e-money. Because the public, especially students, will be more interested in using e-money when they get an advantage, including discounts, ease of use, low risk and promotions they receive. The value of the coefficient of determination is 0.592. This shows the ability of the independent variable in explaining the dependent variable is 59.2%, while the remaining 40.8% is influenced by other variables not examined in this study.*

*Keywords : Discounts, Ease of Use, Risk, Promotion, Interest in Using E-Money*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi sangat cepat pada zaman sekarang ini, membuat gaya hidup masyarakat berubah dan semakin bergantung pada teknologi,

akan tetapi ada sisi baiknya yaitu mempermudah segalanya menjadi lebih efektif, efisien, dan dinilai lebih ekonomis dibanding dengan gaya hidup sebelum adanya teknologi informasi. Penerapan teknologi informasi telah banyak digunakan dalam aktivitas sehari-hari di masyarakat,

hal ini ditunjukkan dengan hadirnya berbagai macam fasilitas teknologi informasi yang dikembangkan untuk masyarakat. Kemunculan *smartphone* merupakan bukti yang sangat kuat adanya teknologi yang canggih, sebagai bentuk kreatifitas dan inovasi yang diciptakan manusia di era modern ini.

Dampak dari teknologi informasi ini menyebar ke seluruh sektor, termasuk sektor keuangan. Perubahan alat pembayaran adalah salah satu perkembangan di sektor keuangan. Sehingga membuat adanya perubahan pada kebutuhan masyarakat atas alat pembayaran yang lebih cepat dan efisien. Masyarakat yang dulu melakukan pembelian dan membayar dengan uang tunai, kini sebagian besar masyarakat sudah beralih menggunakan pembayaran non tunai yang disebut dengan uang elektronik (*e-money*). Penggunaan uang elektronik di zaman sekarang ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat Indonesia.

Bank Indonesia (BI) mencatat lonjakan penggunaan uang elektronik pada semester I-2021 sebesar Rp24,8 Triliun atau meningkat 43,66 persen secara year on year (YoY) ([idxchannel.com](http://idxchannel.com), 2021). Uang elektronik (*e-money*) di tahun 2021 memang sudah tidak asing lagi terutama di kalangan mahasiswa, bahkan sebagian

besar mahasiswa sudah menggunakan layanan *e-money* karena melihat beberapa alasan yang mendukung diantaranya mahasiswa adalah segmen pasar yang potensial sebagai pengguna *e-money* dan mahasiswa adalah generasi milenial yang melek teknologi. Adanya potongan harga dan kemudahan yang didapat, maka itu akan menjadi pendorong minat menggunakan *e-money* terutama di kalangan mahasiswa. Meskipun dibalik itu ada risikonya, akan tetapi itu tidak menjadi penghambat melainkan menjadi pengingat agar senantiasa waspada dalam menggunakannya. Minat dalam menggunakan *e-money* dapat dilihat dari jumlah yang beredar. Berikut data *e-money* yang beredar di masyarakat Indonesia selama tahun 2021 :

**Tabel 1**  
**Jumlah E-Money Yang Beredar**  
**Jumlah E-Money**  
**Yang Beredar Tahun**  
**(Dalam Jutaan Rupiah)**

2017	833.975.238
2018	1.542.055.053
2019	2.747.789.404
2020	4.469.063.393
2021	6.081.360.849

Sumber : Bank Indonesia, 2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa *emoney* yang beredar selama 5 tahun terakhir, ditahun 2021 terbilang paling tinggi. Meningkatnya jumlah *e-money* yang beredar menunjukkan bahwa di kalangan masyarakat pada umumnya dan mahasiswa

pada khususnya dapat menerima adanya *e-money* sebagai alat transaksi untuk membantu aktivitas sehari-hari.

**Tabel 2**  
**Perkembangan Transaksi *E-Money***

Tahun	Transaksi <i>E-Money</i>	Nilai Transaksi (Dalam Jutaan Rupiah)
2021 (Dalam Satuan Transaksi)		
Januari	381.705.947	20.746.479
Februari	360.064.302	19.189.083
Maret	420.510.643	21.420.775
April	421.606.419	22.848.144
Mei	450.414.342	23.659.838
Juni	444.336.707	24.160.775
Juli	415.258.589	25.390.247
Agustus	439.015.177	24.754.102
September	470.906.025	27.637.430
Oktober	514.266.736	29.231.099
November	530.022.350	31.297.758

Sumber : Bank Indonesia, 2021

Pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa pada transaksi *e-money* di tahun 2021 setiap bulannya mengalami kenaikan meskipun beberapa kali mengalami penurunan yaitu pada bulan Februari, Juni dan Juli. Sama seperti nilai transaksi *emoney* di tahun 2021, berbedanya hanya pada saat penurunan terjadi hanya pada bulan Februari dan Agustus, artinya secara umum nilai transaksi *e-money* di tahun 2021 mengalami kenaikan. Hal ini menunjukkan bahwa *e-money* sudah dapat diterima dan digunakan masyarakat Indonesia, selain itu adanya pandemi Covid-19 juga menjadi faktor

pendorong meningkatnya penggunaan *e-money*.

**Tabel 3**  
**Jumlah Mahasiswa Perguruan Tinggi di  
Banjarnegara**

Perguruan Tinggi	Jumlah mahasiswa
STIE Tamansiswa Banjarnegara	661
STIMIK Tunas Bangsa	99
STIT Tunas Bangsa	136
STAI Tanbihul Ghofilin	101
Politeknik Banjarnegara	148
Total	1.145

Sumber : pddikti.kemdikbud.go.id, 2022

Tabel 3 merupakan total mahasiswa di lima perguruan tinggi yang ada di Banjarnegara. Yang mana hampir semua mahasiswa sudah mempunyai *smartphone*, artinya mahasiswa merupakan kalangan yang melek teknologi, sehingga penggunaan *e-money* merupakan hal wajar karena itu termasuk bagian dari perkembangan teknologi. Dari total 1.145 mahasiswa yang ada, diambil sepuluh mahasiswa dari lima perguruan tinggi di Banjarnegara untuk dijadikan sampel awal penelitian, menggunakan metode wawancara secara langsung mengenai penggunaan *e-money* di tahun 2021.

Berikut hasil yang didapatkan dari survei awal :

**Tabel 4**  
**Hasil Survei Awal**

No	Keterangan	Jumlah (mahasiswa)
----	------------	-----------------------

1	Menggunakan <i>e-money</i>	7
2	Tidak menggunakan <i>e-money</i>	3
Total		10

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil survei awal, dihasilkan bahwa dari sepuluh mahasiswa yang menjadi sampel awal penelitian, tujuh mahasiswa sudah menggunakan *emoney* sedangkan tiga lainnya belum pernah menggunakan *e-money*. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa di Banjarnegara sudah menggunakan *e-money* untuk keperluan dalam bertransaksi.

### Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah potongan harga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*?
3. Apakah risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *emoney*?
4. Apakah promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *emoney*?
5. Apakah potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi

berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *e-money*?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh positif potongan harga terhadap minat menggunakan *e-money*.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *e-money*.
3. Untuk mengetahui pengaruh negatif risiko terhadap minat menggunakan *emoney*.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif promosi terhadap minat menggunakan *e-money*.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi terhadap minat menggunakan *emoney*?

### METODE PENELITIAN

#### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lima perguruan tinggi yang ada di Banjarnegara, yaitu :

1. STIE Tamansiswa Banjarnegara yang berlokasi di Jl. Mayjend Panjaitan No. 29, Krandegan, Kec. Banjarnegara, Banjarnegara, Jawa Tengah.

2. Politeknik Banjarnegara yang berlokasi di Jl. Raya KentengMadukara km. 02, Kenteng, Kec. Banjarnegara, Banjarnegara, Jawa Tengah.
3. STIMIK Tunas Bangsa yang berlokasi di Jl. Sokayasa No. kalisemi, Parakancangah, Sokayasa, Kec. Banjarnegara, Banjarnegara, Jawa Tengah.
4. STIT Tunas Bangsa yang berlokasi di Jl. Sokayasa No. Kalisemi, Parakancangah, Sokayasa, Kec. Banjarnegara, Banjarnegara, Jawa Tengah.
5. STAI Tanbihul Ghofilin yang berlokasi di Jl. Gunung Tampomas km. 07 Banjarnegara, Kec. Bawang, Banjarnegara, Jawa Tengah (pddikti.kemdikbud.go.id, 2022).

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif.

### **Variabel Penelitian**

Variabel di dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas tersebut adalah potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi, sedangkan variabel terikatnya adalah minat menggunakan *emoney*.

### **Definisi Konsep dan Operasional Variabel**

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

*Technology Acceptance Model (TAM)* pertama kali dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986 adalah merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer (Nindyarahmah, 2017)

#### b. Potongan Harga

Definisi Konsep : Potongan harga adalah pengurangan harga yang diberikan penjual kepada pembeli dari harga normal suatu produk sebagai penghargaan, aktivitas atau syarat tertentu demi meningkatkan penjualan suatu produk barang atau jasa (Riadi, 2021).

Indikator : Penghemat, pengurangan harga, keuntungan, kebutuhan konsumen, ketertarikan konsumen.

#### c. Kemudahan Penggunaan

Definisi Konsep : Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat orang bebas dari upaya yang sulit (Jogiyanto dalam Hinati 2019).

Indikator : Mudah untuk mempelajari, mudah dan flexibel dalam menggunakan, mudah melakukan top-up, mudah bertransaksi dimanapun.

d. Risiko

Definisi Konsep : Risiko merupakan sesuatu yang menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan atas hasil positif maupun negatif dari suatu transaksi atas situasi (Fadhli, 2016).

Indikator : Khawatir dengan resiko tertentu, mengalami kerugian, khawatir menemukan banyak resiko.

e. Promosi

Definisi Konsep : Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu (Kotler dan Keller, 2014).

Indikator : Periklanan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat.

f. Minat Menggunakan *E-Money*

Definisi Konsep : Minat merupakan ketertarikan hati yang tinggi terhadap hal yang timbul karena kebutuhan yang dirasa atau tidak dirasakan, (Vhistika, 2017).

Indikator : Keinginan menggunakan, akan tetap menggunakan di masa depan,

### Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di lima perguruan tinggi yang ada di Banjarnegara sejumlah 1.145.

b. Sampel

Sampel yang diambil adalah sejumlah 92 responden.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang sudah menggunakan *e-money*.

### Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- 1. Uji Asumsi Klasik**, terdiri dari : Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Multikolinearitas.
- 2. Uji Hipotesis**, terdiri dari : Uji T, Uji F, Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 1. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

		Standardized Residual
N		92
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97777500

Most Extreme Differences	Absolute Positive	,059
	Negative	,054
Test Statistic		-,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil diatas, nilai asymp.sig. menunjukkan hasil 0,200 yaitu lebih tinggi dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi normalitas terpenuhi.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Correlations			
	Correlation Coefficient	Sig (2-tailed)	N
Unstandardized Residual	1		
Pot. Harga (X1)	-,067	,526	92
Kem. Penggunaan (X2)	-,036	,733	92
Risiko (X3)	,019	,860	92
Promosi (X4)	,011	,918	92

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikan dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

### c. Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>	
Model	Collinearity Statistics

	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Potongan Harga (X1) Kemudahan	,705	1,419
Penggunaan (X2)	,564	1,773
Risiko (X3)	,919	1,088
Promosi (X4)	,517	1,933

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengandung multikolinearitas.

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji T

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.
Potongan Harga (X1)	2,142	1,987	0,035
Kemudahan Penggunaan (X2)	3,139	1,987	0,002
Risiko (X3)	0,038	1,987	0,969
Promosi (X4)	4,613	1,987	0,000

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa :

1) Variabel potongan harga memiliki

nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 2,142 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,987 dengan nilai signifikansi  $0,035 < 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel potongan harga secara

parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

**H1: potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money***

2) Variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 3,139 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,987 dengan nilai signifikansi  $0,02 < 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *emoney*.

**H2: kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *emoney*.**

3) Variabel risiko memiliki nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dimana nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 0,038 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,987 dengan nilai signifikansi  $0,969 > 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel risiko secara parsial tidak berpengaruh dan

tidak signifikan terhadap minat menggunakan *emoney*.

**H3: risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.**

4) Variabel promosi memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 4,613 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,987 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *emoney*.

**H4: promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.**

**b. Uji F**

		ANOVA <sup>a</sup>		
Model		df	F Tabel	F Sig.
1	Regression	4	2,48	31,545 .000 <sup>b</sup>
	Residual	87		
	Total	91		

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 31,545 dimana nilai  $F_{tabel}$  adalah sebesar



2,48 dengan kata lain nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

**H5: potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money***

### c. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 <sup>a</sup>	.592	.573	1,59609

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan nilai R square sebesar 0,592, yang berarti bahwa kemampuan variabel potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi dalam menjelaskan besarnya pengaruh terhadap variabel minat menggunakan *e-money* adalah sebesar 59,2% dan 40,8% dipengaruhi oleh

variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh potongan harga terhadap minat menggunakan *e-money*.

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan menunjukkan bahwa, variabel potongan harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jackson, dkk (2021) dimana dalam penelitian tersebut terdapat hasil yang menunjukkan bahwa variabel potongan harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini sesuai dengan variabel eksternal dari teori TAM, karena seseorang akan lebih memilih menggunakan suatu system pembayaran Ketika mereka mendapatkan potongan harga.

Potongan harga merupakan penghematan yang ditawarkan kepada konsumen dari harga normal akan suatu produk (Kotler dan Keller, 2014). Artinya semakin banyak potongan harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi minat dalam menggunakan *e-money*.

Hasil ini menunjukkan bahwa *emoney* sangat diminati oleh kalangan mahasiswa di Banjarnegara, dalam hal ini potongan harga yang ditawarkan oleh penyedia jasa ini mampu menarik masyarakat khususnya di kalangan mahasiswa untuk menggunakan *e-money* tersebut, karena dinilai dapat menguntungkan.

## **2. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *emoney*.**

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan menunjukkan bahwa, variabel kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif signifikan

terhadap minat menggunakan *e-money*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putritama dan Puspitasari (2020) yang menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini sesuai dengan konstruk utama dalam teori TAM, karena kemudahan penggunaan menjadi factor terpenting yang dapat mempengaruhi diterimanya suatu teknologi oleh pengguna.

Kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem (Davis dalam Musfiroh, 2019). Artinya masyarakat akan lebih memilih menggunakan suatu sistem ketika sistem tersebut dapat memberikan kemudahan terhadap penggunaannya.

Hasil ini menunjukkan bahwa *e-money* sangat diminati oleh kalangan mahasiswa di Banjarnegara, dalam hal ini kemudahan akan didapatkan ketika mereka menggunakan layanan *e-money*, sehingga ketika kemudahan penggunaan semakin ditingkatkan maka minat untuk menggunakan *e-money* juga akan meningkat.

### **3. Pengaruh risiko terhadap minat menggunakan *e-money*.**

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan menunjukkan bahwa, variabel risiko secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Puritama dan Puspitasari (2020) yang menyatakan bahwa risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil penelitian ini sesuai dengan konstruk kepercayaan dalam

teori TAM, karena di kalangan mahasiswa cenderung tidak memperhatikan risiko yang akan terjadi. Ketika menggunakan *e-money* mereka lebih memperhatikan keuntungan yang didapat.

Risiko merupakan konsekuensi negatif yang konsumen ingin hindari ketika membeli atau menggunakan suatu produk (Leerophonng dan Mardjo dalam Saputri, 2018).

Hasil ini menunjukkan bahwa *e-money* sangat diminati oleh kalangan mahasiswa di Banjarnegara, dalam hal ini risiko tidak menjadi faktor penting dalam menggunakan suatu teknologi, sehingga seberapa besar pun risiko yang kemungkinan terjadi itu tidak mempengaruhi minat dalam menggunakan *e-money*.

### **4. Pengaruh promosi terhadap minat menggunakan *e-money*.**

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan menunjukkan bahwa, variabel promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Islamiah, dkk

(2020) yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini sesuai dengan variabel eksternal dari teori TAM, karena seseorang akan lebih memilih menggunakan suatu sistem pembayaran ketika adanya promosi yang dilakukan oleh pihak penerbit *e-money*.

Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya (Kotler dan Keller, 2014), artinya semakin banyak promosi yang dilakukan maka akan semakin tinggi minat menggunakan *e-money*.

Hasil ini menunjukkan bahwa *emoney* sangat diminati oleh kalangan mahasiswa di Banjarnegara, dalam hal ini promosi yang diterima akan menjadi faktor seberapa besar minat dalam menggunakan *e-money*.

Sehingga ketika promosi lebih sering dilakukan oleh penerbit *e-money*, maka akan menjadi daya tarik

terutama di kalangan mahasiswa untuk menggunakan *e-money*.

##### **5. Pengaruh potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi terhadap minat menggunakan *e-money*.**

Berdasarkan pada hasil uji simultan dalam penelitian ini menyatakan bahwa potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* dan nilai R-Square sebesar 0,592 atau 59,2% yang berarti bahwa kemampuan variabel potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi dalam menjelaskan besarnya pengaruh terhadap variabel minat menggunakan *e-money* adalah 59,2% dan 40,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dito Prayoga (2020) dimana dalam

penelitiannya menunjukkan hasil bahwa variabel potongan harga dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian Laksono (2019) menyatakan bahwa promosi dan risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

Berdasarkan pada penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Karena masyarakat khususnya kalangan mahasiswa akan lebih berminat menggunakan *e-money* ketika mendapatkan suatu kelebihan diantaranya adanya potongan harga, kemudahan penggunaan, rendahnya tingkat risiko dan adanya promosi yang diterimanya.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh dari potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi terhadap minat dalam menggunakan *e-money*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
3. Risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
4. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
5. Potongan harga, kemudahan penggunaan, risiko dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *e-money*.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh. Maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Menambahkan variabel lain atau mengganti variabel yang dapat mempengaruhi minat menggunakan *e-money* dengan tujuan menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi, seperti variabel manfaat, tingkat pemahaman dan kenyamanan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, tidak hanya pada ruang lingkup mahasiswa, akan tetapi masyarakat pada umumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. 2021. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronikjumlah.aspx>. Pada tanggal 3 Januari 2022.
- Bursa Efek Indonesia. 2021. Diakses dari <https://www.idxchannel.com/economic/transaksi-uang-elektroniksemester-i-2021-capai-rp24-triliunmelonjak-4366-persen>. Pada tanggal 29 Desember 2021.
- Fadhli, Muhammad, R. F. 2016. Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* Vol. 1, No. 2. 264–276.
- Hinati. 2019. *Pengaruh Sosial, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Islamiah, Makrufah Hidayah, dkk. 2020. Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Volume 8, Nomor 2, Desember 2020 , 303-315.
- Jackson, dkk. 2021. Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee . *Jurnal EMBA*. Vol.9 No.3 Juli 2021, Hal. 1402 - 1412 , 14021412.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Laksono, Bayu. 2019. *Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Risiko Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Penduduk DKI Jakarta)*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

- Musfiroh, 2019. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Pada Masyarakat Kota Surakarta*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Nindiyarahmah. 2017. Apa yang Dimaksud Dengan *Technology Acceptance Model*. Artikel. <https://www.dictio.id/t/apayang-dimaksud-dengan-technologyacceptance-model-tam/12975/2>. Diakses pada 18 Januari 2022.
- Pangkalan Data Perguruan Tinggi (PDDikti). Diakses dari <https://pddikti.kemdikbud.go.id>. Pada tanggal 8 Februari 2022.
- Prayoga, Dito. 2020. *Pengaruh Persepsi Potongan Harga Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi Menggunakan E-Money (Studi Penggunaan Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Iain Palopo)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Putritama, Afrida dan Puspitasari, Rizki Shinta. 2020. *Factors Affecting The Interest in Using E-money for Millennials*. *Jurnal Economia*, Vol. 16, No. 2, October 2020. 245-256.
- Riadi, Muchlisin. 2021. <https://www.kajianpustaka.com/2021/02/diskon.html>. Diakses pada tanggal 22 Januari 2022.
- Saputri, Linda. 2018. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas Electronic Banking Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. IAIN Salatiga.
- Vhistika. 2017. *Pengaruh Tingkat*
- Pemahaman E-Money dan Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan E-Money*. Skripsi. Pendidikan Akuntansi, Universitas Negri Yogyakarta.