

# **SKRIPSI**

## **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PENGGUNAAN *E-MONEY* DI KOTA MAKASSAR**

**Sri Rahayu**



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2022**

# **SKRIPSI**

## **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PENGGUNAAN *E-MONEY* DI KOTA MAKASSAR**

Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana

Disusun dan diajukan oleh :

**Sri Rahayu**



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2022**

# SKRIPSI

## FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PENGGUNAAN *E-MONEY* DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh:

**Sri Rahayu**

**A011171325**

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi

Makassar, 17 Mei 2022

Pembimbing I



Pro. D. Rahmatia, SE, MA.  
NIP. 19630725 198702 2001

Pembimbing II



Dr. Hamrullah, SE., M.Si., CSF.  
NIP. 196812211 995121 001

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas  
Ekonomi & Bisnis Universitas Hasanuddin



Dr. Sanusi Fattah, S.E, M.Si., CSF., CWM®.  
NIP. 19690413 199403 1 003

# SKRIPSI

## FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PENGGUNAAN E-MONEY DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

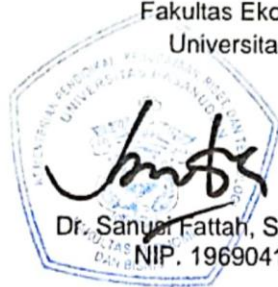
**Sri Rahayu**  
**A11171325**

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
pada tanggal 17 Mei 2022  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,  
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. Rahmatia, SE., MA.	Ketua	1.....
2.	Dr. Hamrullah, SE., M.Si., CSF.	Sekretaris	2.....
3.	Dr. Sri Undai Nurbayani, SE., M.Si., CPF.	Anggota	3.....
4.	Dr. Retno Fitrianti, SE., M.Si. CWM®	Anggota	4.....

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin



Dr. Sanjati Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM®  
NIP. 19690413 199403 1 003

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : **Sri Rahayu**  
Nomor Pokok : A011171325  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
UNHAS  
Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan dengan ini bahwa Skripsi dengan judul ***Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Penggunaan E-Money Di Kota Makassar*** adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak Cipta pihak lain. Apabila dikemudian hari Skripsi karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Makassar, 17 Mei 2022  
Yang Menyatakan



(Sri Rahayu)

Nim: A011171325

## PRAKATA



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan Alhamdulillah serta memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat, Hidayah, dan Karunia-NYA kepada peneliti, sehingga skripsi dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PENGGUNAAN E-MONEY DI KOTA MAKASSAR”** dapat terselesaikan. Shalawat serta salam tak lupa peneliti kirimkan kepada Rasulullah SAW, Beserta keluarga dan para sahabatnya yang memberikan tauladan dalam menjalani kehidupan di dunia dan diakhirat.

Skripsi ini disusun bukan hanya sebagai salah satu bentuk pemenuhan syarat untuk menyelesaikan program sarjana starata satu (S1) pada program Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Namun, penulis juga berangkat dari keresahan akan masalah perekonomian di Indonesia, yang kemudian dituangkan dalam sebuah karya penelitian dalam bentuk skripsi sebagai wujud pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh penulis selama menjadi Mahasiswa

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan serta kemurahan hati dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam – dalamnya dan penghargaan yang setinggi – tingginya kepada yang terhormat orang tua penulis yang yang tersayang dan tercinta, untuk Nenek Paku dan Mama Sakka yang dalam kesederhanaan, penuh keikhlasan, dan kasih sayang tanpa batas mendidik, memberi motivasi, kepercayaan, doa, serta restu kepada penulis sehingga dapat

menghadapi setiap tahap kehidupan. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga, memberikan kesehatan dan semangat kepada Nenek dan Mama, serta memberikan kemuliaan atas semua tanggung jawab dan segala hal yang begitu berarti yang telah dilakukan oleh orang tua peneliti. Kepada Ayahanda terkasih Muh.Yusuf, sebagai ayah kandung penulis yang telah memberikan dorongan serta dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan masa studinya. Kepada ayahanda Hampang (ayah tiri) yang telah mendidik, juga memberikan dorongan dan dukungan baik moril maupun materil, serta doa yang selalu dipanjatkan pada Allah SWT kepada penulis. Kepada seluruh keluarga besar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, peneliti berterima kasih yang sebesar-besarnya atas motivasi dan doa yang diberikan kepada penulis.

Pada kesempatan ini, peneliti juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc. selaku rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM., CWM<sup>®</sup>., CRA., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Dr. Mursalim, SE., M.Si, CRA., CRP., CWM. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Prof. Dr. Arifuddin, SE., Ak., M.Si., CA., CRA., CRP., CWM. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Bapak Dr. Anas Iswanto Anwar, SE., MA., CWM. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CWM. Selaku Ketua Departemen Ilmu Ekonomi Dan Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, SE., M.Si., CWM. Selaku Sekretaris Departemen Ilmu Ekonomi. Terima kasih atas segala bantuan

yang senantiasa diberikan hingga peneliti dapat menyelesaikan studi Di departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

4. Bapak Dr. Sultan, SE., M.Si. Selaku penasehat akademik peneliti, yang telah memberikan bantuan baik berupa arahan maupun motivasi kepada peneliti selama menjalankan studi di Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
5. Kepada Ibunda Prof. Dr. Rahmatia, MA. Selaku dosen pembimbing I Dan Ayahanda Dr. Hamrullah, SE., M.Si., CSF. Selaku dosen pembimbing II dalam menyusun skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tak terhingga atas segala arahan, bimbingan, motivasi, saran, dan waktu yang diberikan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini, serta permohonan maaf yang sebesar-besarnya bila mana selama proses bimbingan skripsi peneliti memiliki banyak kekurangan dan secara tidak sengaja melakukan kesalahan yang menyinggung Bapak dan Ibu selama proses bimbingan skripsi. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan serta kemudahan dalam segala urusan Bapak dan Ibu dosen pembimbing.
6. Ibu Dr. Sri Undai Nurbayani, SE., MA. dan Ibu Dr. Retno Fitrianti, SE., M.Si. selaku dosen penguji. Terima kasih telah memberikan motivasi, kritik dan saran yang membangun bagi peneliti dalam penyempurnaan skripsi yang lebih baik dari sebelumnya. Hal tersebut memberikan pengetahuan-pengetahuan baru bagi peneliti.
7. Seluruh bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan, arahan, bimbingan, dan nasihat kepada peneliti selama menuntut ilmu di Universitas Hasanuddin.



8. Segenap Pegawai Akademik, Kemahasiswaan, dan Perpustakaan *E-Library* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Terima kasih Bapak dan Ibu yang telah membantu dalam pengurusan administrasi, persuratan, maupun berkas yang dibutuhkan hingga akhirnya dapat ujian.
9. Teman –teman xXx yang selalu menemani dalam suka maupun duka selama masa perkuliahan hingga sekarang, Febrira Jein Parura, Khaerunnisa, M. Alvyan Chandra, Masduqayah, Nabila Nurfadillah Rachmat, Nurjihan Mufidah, Riska Danial, Sujawanti dan terkhusus teman SMA hingga sekarang Anisah Chikal.
10. Teman-teman Sixter, Venus, Sektor Bulcen, dan Exorcst yang senantiasa memberikan dukungan kepada peneliti, Nurhaizi Iqma, Jumarni, Hasriani, Nursafina, Rahayu, Riska Rahman, Ameliah Keyisah, Afriani, Rasmi, Nurlina, Widiana, Rahman Ardiansyah dan Reski Syaputra.
11. Teman–teman ERUDITE yang senantiasa mendukung, memberikan semangat serta bantuan selama perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan yang telah dibangun semoga kedepannya tetap solid.
12. Kepada seluruh keluarga besar HIMAJIE, terima kasih telah menciptakan momen berharga dari awal masuk perkuliahan, kebersamaan, serta kekompakan yang akan selalu dikenang
13. Kepada seluruh keluarga besar Kabinet INKLUSI, terima kasih telah menciptakan momen berharga selama masa kepengurusan di Senat Fakultas Ekonomi dan Bisnis periode 2019-2020 . Khususnya Departemen pengaderan terima kasih telah sabar dalam memberikan berbagai arahan dan pengetahuan baru kepada peneliti selama masa kepengurusan.
14. Sobat KKN Tematik Gel. 104 Sidrap 4, terima kasih telah menjadi teman

seperjuangan dan penyemangat saat menjalankan KKN di masa pandemi *Covid -19*.

15. Untuk idol-idol K-pop khususnya member *Super Junior & Bigbag* terima kasih telah menjadi penghibur bagi penulis dari SMP sampai sekarang. Dan untuk member *Seventeen* yang sekarang menjadi bias terfav penulis terima kasih telah menjadi penyemangat, penghibur melalui banyak karya dan kelucuan dari para member.

16. Dan tentunya kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan tulus berterima kasih telah memberikan motivasi serta doa sehingga atas izin Allah skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, masih memiliki banyak kekurangan, sehingga peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan demi penyempurnaan skripsi ini. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta pengetahuan bagi kita semua. Amin.

Makassar, 01 Juni 2022

**Sri Rahayu**

## ABSTRAK

### FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PENGGUNAAN *E-MONEY* DI KOTA MAKASSAR

Sri Rahayu  
Rahmatia  
Hamrullah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel pendapatan, biaya administrasi, umur, lama menggunakan *E-Money*, dan jenis kelamin terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh melalui survei kuesioner kepada pengguna *E-Money* di Kota Makassar *via online* dalam bentuk *google form*. Adapun metode analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Makassar. Selanjutnya, hasil penelitian biaya administrasi menunjukkan pengaruh negatif signifikan terhadap permintaan penggunaan *E-Money*. Kemudian, hasil penelitian variabel umur juga menunjukkan pengaruh negatif signifikan terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar. Adapun variabel lama menggunakan *E-Money* menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar. Sedangkan jenis kelamin menunjukkan pengaruh negatif signifikan terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar.

Kata Kunci : Permintaan, *E-Money*, Pendapatan, Biaya, Umur, ,Jenis kelamin

## **ABSTRACT**

### **FACTORS AFFECTING THE DEMAND FOR THE USE OF E-MONEY IN MAKASSAR CITY**

Sri Rahayu  
Rahmatia  
Hamrullah

*This study aims to analyze the variables of income, administrative costs, age, length of time using E-Money, and gender on requests for using E-Money in Makassar City. The data used in this study is primary data obtained through a questionnaire survey to E-Money users in Makassar City via online in the form of a google form. The data analysis method used is multiple linear regression. Based on the results of this study indicate that income has no significant effect on the demand for the use of E-Money in Makassar. Furthermore, the results of the research on administrative costs show a significant negative effect on the demand for the use of E-Money. Then, the results of the study of the age variable also showed a significant negative effect on the demand for the use of E-Money in Makassar City. The old variable using E-Money showed a significant positive effect on the demand for the use of E-Money in Makassar City. Meanwhile, gender shows a significant negative effect on the demand for the use of E-Money in Makassar City.*

*Keywords: Demand, E-Money, Income, Fees, Age, ,Gender*

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	i
<b>SKRIPSI</b> .....	iii
<b>SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	v
<b>PRAKATA</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>B A B I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
<b>B A B II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	14
<b>2.1 Landasan Teoritis</b> .....	14
2.1.1 Uang Elektronik ( <i>E-Money</i> ) .....	14
2.1.1.1 Manfaat Uang Elektronik .....	19
2.1.1.2 Risiko Uang Elektronik .....	19
2.1.1.3 Proses Transaksi Uang Elektronik .....	19
2.1.2 Pendapatan .....	20
2.1.3 Biaya Administrasi .....	21
2.1.4 Umur/Usia .....	22
2.1.5 Perilaku Konsumen .....	24
2.1.6 Jenis Kelamin .....	28
2.1.7 Permintaan .....	28
2.1.8 Preferensi konsumen .....	30
<b>2.2 Tinjauan Teoritis</b> .....	31
2.2.1 Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Penggunaan Uang Elektronik ( <i>E-Money</i> ) .....	31
2.2.2 Pengaruh Biaya Administrasi Terhadap Permintaan Penggunaan Uang Elektronik ( <i>E-Money</i> ) .....	32
2.2.3 Pengaruh Umur Terhadap Permintaan Penggunaan Uang Elektronik ( <i>E-Money</i> )	33
2.2.4 Pengaruh Lama Menggunakan <i>E-Money</i> Terhadap Permintaan	

Penggunaan <i>E-Money</i> .....	34
<b>2.3 Studi Empiris</b> .....	36
<b>2.4 Kerangka Konseptual</b> .....	39
<b>2.5 Hipotesis</b> .....	40
<b>B A B III METODE PENELITIAN</b> .....	41
<b>3.1 Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	41
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data</b> .....	41
3.3.1 Data Primer .....	41
3.3.2 Data Sekunder .....	41
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data</b> .....	42
<b>3.5 Metode Penetuan Sampel</b> .....	42
<b>3.6 Metode Analisis Data</b> .....	43
<b>3.7 Definisi Operasional Variabel</b> .....	46
<b>B A B IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> .....	47
4.1 Gambaran Umum Wilayah Kota Makassar .....	47
4.1.1 Aspek Geografi.....	47
4.1.2 Aspek Demografi.....	49
<b>B A B V HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	51
<b>5.1 Karakteristik Responden</b> .....	51
5.1.1 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan/Uang Saku Rata-Rata Perbulan Berdasarkan Permintaan Penggunaan <i>E-Money</i> .....	51
5.1.2 Karakteristik Responden Menurut Biaya Administrasi Berdasarkan Permintaan Penggunaan <i>E-Money</i> .....	52
5.1.3 Karakteristik Responden Menurut Umur Berdasarkan Permintaan Penggunaan <i>E-Money</i> .....	53
5.1.4 Karakteristik Responden Menurut Lama Menggunakan <i>E-Money</i> Berdasarkan Permintaan Penggunaan <i>E-Money</i> .....	54
5.1.5 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin Berdasarkan Permintaan Penggunaan <i>E-Money</i> .....	54
5.1.6 Karakteristik Responden Menurut Intensitas Penggunaan <i>E-Money</i> Berdasarkan Permintaan Penggunaan <i>E-Money</i> .....	55
<b>5.3 Uji Hasil Statistik</b> .....	63
<b>5.3.1 Uji Signifikansi (Uji t)</b> .....	63
5.3.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65
5.3.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	66
<b>5.4 Pembahasan</b> .....	67
5.4.1 Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Penggunaa <i>E-Money</i> .....	67

5.4.2	Pengaruh Biaya Administrasi Terhadap Permintaan Penggunaan <i>E-Money</i>	69
5.4.3	Pengaruh Umur Terhadap Permintaan Penggunaan <i>E-Money</i> .....	70
5.4.4	Pengaruh Lama Menggunakan <i>E-Money</i> Terhadap Permintaan Penggunaan <i>E-Money</i> .....	71
5.4.5	Pengaruh Jenis Kelamin (Gender) Terhadap Permintaan Penggunaan <i>E-Money</i>	72
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	74
<b>6.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	74
<b>6.2</b>	<b>Saran</b> .....	75

# **B A B I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang makin pesat di era digital saat ini berhasil mengubah pola hidup dan pembayaran transaksi ekonomi dalam masyarakat. Semakin berkembangnya komputer dan meluasnya akses jaringan internet, penciptaan sistem layanan pembayaran yang semakin efisien menjadi semakin mungkin untuk dilakukan. Semakin canggihnya teknologi, mempermudah kita dalam melakukan kegiatan sehari-hari, termasuk dalam hal bertransaksi. Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat atas suatu alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan, dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik. Sejarah membuktikan perkembangan alat pembayaran terus berubah-ubah bentuknya, mulai dari bentuk logam, uang kertas konvensional, hingga kini alat pembayaran telah mengalami evolusi berupa data yang dapat ditempatkan pada suatu wadah atau disebut dengan alat pembayaran elektronik (Adiyanti, 2015).

Dalam menghadapi perkembangan perekonomian nasional yang senantiasa bergerak cepat, kompetitif, dan terintegrasi dengan tantangan yang makin kompleks serta sistem keuangan makin maju, diperlukan penyesuaian kebijakan di bidang ekonomi, termasuk keuangan. Melihat kondisi tersebut maka Bank Indonesia selaku bank sentral Indonesia yang memiliki tugas menentukan kebijakan moneter dan mengatur sistem pembayaran mengeluarkan kebijakan sistem pembayaran melalui *E-Money* yang telah diatur dalam peraturan Bank Indonesia No.16/08/PBI/2014.



Dalam Peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan pasal 1 ayat 3, “uang elektronik atau *E-Money* adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit” nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip* yang digunakan sebagai alat pembayaran pada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. *E-Money* sendiri bertujuan untuk memudahkan manusia dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi dikehidupannya terutama untuk transaksi-transaksi berskala mikro (*micro payments*). Bahkan saat ini beberapa produk *E-Money* yang dikembangkan oleh *issuer* tertentu telah diintegrasikan dengan banyak penyedia layanan, termasuk sarana transportasi umum seperti *Transjakarta Busway*, *Commuter Line*, dan jalan tol. Produk uang elektronik di Indonesia memberi banyak pilihan fasilitas dari berbagai jenis usaha, mulai dari transportasi, pemenuhan kebutuhan harian, kebutuhan pangan, *fashion*, dan juga hiburan.

Umumnya masyarakat lebih mengenal uang tunai berupa uang logam dan kertas sebagai alat untuk melakukan pembayaran dalam bertransaksi. Diera modern sekarang ini, menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran tidak menutup kemungkinan adanya kelemahan dalam penggunaannya. Penggunaan uang tunai dinilai mulai menimbulkan masalah terutama tingginya biaya *cash handling*, risiko perampokan dan pencurian, serta peredaran uang palsu. Penggunaan uang *cash* atau tunai yang dinilai bebas biaya, praktis dan efisien namun penggunaannya dalam jumlah yang besar dalam jangka waktu yang panjang dapat menimbulkan

beban bagi perekonomian terutama berkaitan dengan *cash handling* dan rendahnya *velocity of money* (Hidayati, 2006). Selain itu, saat melakukan transaksi pembayaran, tidak jarang kita menerima uang kembalian yang tidak sesuai dengan yang seharusnya.

Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran dapat menggeser uang tunai sebagai alat pembayaran kedalam pembayaran dalam bentuk non tunai, yang lebih ekonomis dan mudah. Pada perkembangan ekonomi modern, pertukaran barang dan jasa juga berlangsung dengan cepat sehingga diperlukannya sistem pembayaran yang cepat, efisien, aman dan andal. Pembayaran dalam bentuk non tunai bukan hanya memberikan kemudahan, tetapi juga dapat mendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). GNNT ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya.

Kemajuan teknologi turut mengubah gaya hidup masyarakat, cukup menggunakan *smartphone* berbagai bentuk transaksi dapat dilakukan. Perusahaan telekomunikasi dan perbankan pun berlomba untuk mengeluarkan layanan dan produk *E-Money*. Hampir seluruh bank besar di Indonesia saat ini memiliki layanan *E-Money*, seperti mandiri *E-Money*, BRI *Brizi*, BNI *Tapcash*, BCA *Flazz*, dan ada *T-cahs* yang merupakan produk dari perusahaan telekomunikasi, Telkomsel. Bahkan langkah mereka juga diikuti oleh pelaku bisnis *startup* tepatnya di bidang *financial technology (fintech)* yang memiliki skala lebih kecil namun pergerakannya amat lincah. Sebagai contoh yaitu Tokocash milik Tokopedia, ada Buka dompet milik Bukalapak, *Gopay* yang dimiliki oleh *Gojek*, *OVO*, *Link Aja* Dana dll. Dengan

hadirnya produk Uang Elektronik ini, dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai dengan jumlah yang besar. Hal ini tentu merupakan perkembangan yang baik dari sisi *e-commerce* sekaligus menciptakan *Less Cash Society* di Indonesia.

Berdasarkan data Bank Indonesia per 27 Mei 2020 terdapat 51 perusahaan penerbit uang elektronik yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia. Seiring dengan banyaknya penyelenggara produk *E-Money* di Indonesia yang telah mendapatkan izin resmi dari Bank Indonesia, tercatat bahwa perkembangan *E-Money* di Indonesia tergolong cepat, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia dan jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun.

**Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Instrumen, Jumlah Transaksi, Dan Volume *E-Money*,2013-2019**

Tahun	Jumlah Instrumen (Keping)	Volume (Ribu Transaksi)	Nominal (Juta Rupiah)
2013	36.225.373	137.900.779	2.907.432
2014	35.738.233	203.369.990	3.319.556
2015	34.314.795	535.579.528	5.283.018
2016	51.204.580	683.133.352	7.063.689
2017	90.003.848	943.319.933	12.375.469
2018	167.205.578	2.922.698.905	47.198.616
2019	292.299.320	5.226.699.919	145.165.468

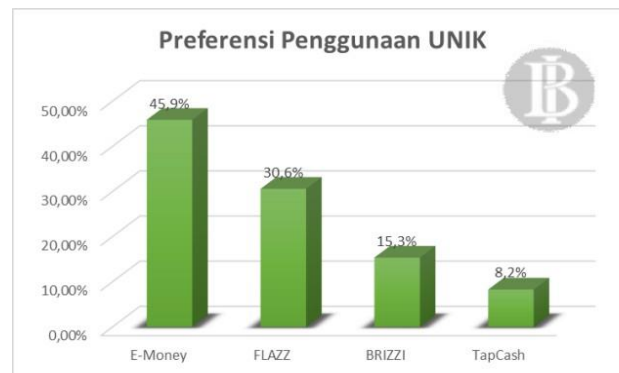
Sumber: Bank Indonesia

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah uang elektronik yang beredar dan jumlah transaksi serta volume *E-Money* di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun walaupun pada tahun 2014-2015 mengalami penurunan namun

setelah tahun 2015 kembali mengalami peningkatan hingga tahun 2019. Kesadaran masyarakat atas kebutuhannya melalui layanan *E-Money* dapat dilihat dari tabel di atas sehingga permintaan penggunaan produk *E-Money* makin banyak. Kesenangan bertransaksi, menunjukkan aktivitas saat bertransaksi dengan menggunakan *E-Money* dapat dinikmati sesuai dengan hak pengguna. Penggunaan transaksi menunjukkan pengguna aktual menggunakan *E-Money* untuk berbelanja. Penggunaan aktual diukur berdasarkan intensitas atau frekuensi penggunaan untuk bertransaksi. Keberhasilan adopsi *E-Money* selain dipengaruhi oleh sisi *demand* juga dipengaruhi oleh tingkat penerimaan alat pembayaran ini oleh dunia usaha diantaranya *merchant*. *Merchant* adalah pedagang atau pihak yang menerima *E-Money* sebagai alat pembayaran alternatif untuk suatu transaksi. Secara umum persepsi dan preferensi akan menentukan perilaku seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa (Waspada, 2012).

Di Kota Makassar, pengguna produk uang elektronik pada tahun 2018 masih didominasi pada sektor transportasi melalui pembayaran tol menurut Direktur Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan Dwityapoetra S (2018). Besar elektronifikasi tol 100% di Makassar yang ditetapkan sejak november 2018 membuat pemanfaatan uang elektronik lebih banyak terserap pada sektor transportasi. Dalam kajian ekonomi regional Sulawesi Selatan februari 2019, hingga awal november 2018 tercatat pengguna uang elektronik sebagai alat pembayaran di jalan tol Ir. Sutami Makassar mencapai 61,96%.

**Gambar 1.1 Preferensi Pengguna Uang Elektronik Pada Gerbang Tol Ir. Sutami**



Sumber : Bank Indonesia, diolah

**Grafik 5.1.** Indikator Perkembangan SSK Sulsel

S

Selain penggunaan produk uang elektronik pada sektor transportasi, Penerapan GNNT tidak hanya mencakup elektronifikasi jalan tol saja, namun juga terkait dengan pembayaran parkir pada pusat pembelajaran dan bandara, Zakat-infak-sedekah, transaksi pemerintah dalam hal ini adalah bantuan sosial dll. Adopsi pembayaran ritel di Sulawesi Selatan terus mengalami peningkatan yang signifikan. Bank Indonesia mencatat, Transaksi menggunakan kartu kredit mencapai 858, 5 miliar atau meningkat sebesar 21,8% (yoy).

Transaksi *e-commerce* dan uang elektronik pada triwulan IV 2021 mencatatkan transaksi tertinggi dalam beberapa tahun terakhir, dengan pertumbuhan nominal transaksi 31,6% (yoy) secara berturut-turut. Untuk transaksi uang elektronik berhasil tumbuh sebesar 115% (yoy) atau mencapai 1,70 triliun. Berdasarkan jenis transaksinya 71,2% transaksi uang elektronik digunakan untuk keperluan belanja ; 19,9% transaksi untuk keperluan tarik tunai, dan 8,9% transaksi lainnya untuk keperluan transfer. Selain itu, volume transaksi menggunakan uang elektronik juga meningkat sebesar 70,7% (yoy), menjadi 21,97 juta transaksi selama triwulan VI 2021. Hal ini dipicu oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat pada periode natal dan tahun baru ditengah pandemi *covid 19*.

Sejalan dengan hal tersebut, jumlah *Quick Response Code* Indonesia *Standard* (Qris) Di Sulawesi Selatan mencapai 510.792 *merchant* atau tumbuh sebesar 174,1% (yoy). Di kota Makassar sendiri, pada triwulan IV 2021, 47,62% *merchant* yang sudah menggunakan Qris. Perkembangan implementasi elketronifikasi Bantuan sosial non tunai masih berjalan dalam koridor prinsip 6T(tepat sasaran, tepat waktu, tepat jumlah, tepat harga, tepat kualitas, dan tepat administrasi). Realisasi penyaluran program keluarga harapan (PKH) mencapai 100%, sedangkan realisasi penyerapan program sembako mencapai 99,3%.

Dalam mengonsumsi atau menggunakan suatu produk barang dan jasa, terdapat faktor- faktor yang mempengaruhinya. Pendapatan masyarakat menjadi salah satu faktor. Selain jumlah uang beredar dan perputaran uang (*velocity of money*), pendapatan juga merupakan tolak ukur bagaimana masyarakat dapat memiliki daya beli yang cukup untuk menggunakan uang elektronik dalam bertransaksi. Pendapatan masyarakat yang dicerminkan oleh pendapatan per kapita juga berpengaruh dalam menggunakan *E-Money*, ketika pendapatan per kapita meningkat maka pengeluaran akan meningkat yang mengakibatkan masyarakat tertarik menggunakan *E-Money* dikarenakan praktis dan cepat dalam melakukan pembayaran.

Sumber dari Tim Ahli Bappenda Kota Makassar, pendapatan perkapita masyarakat Kota Makassar mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebesar 106,91 juta dari 96,75 juta pada tahun 2017 Kemudian kembali mengalami peningkatan ditahun 2019 sebesar 116,67 juta. Walaupun mengalami penurunan pada tahun 2020 akibat pandemi covid19 sebesar 115,32 juta, namun pemerintah Kota Makassar memproyeksikan pendapatan perkapita naik dikisaran 125,42 juta ditahun 2021. Kenaikan pendapatan per kapita Kota Makassar, disebabkan oleh laju

pertumbuhan nilai tambah barang dan jasa dan diimbangi dengan melambatnya laju pertumbuhan penduduk. Tingginya permintaan masyarakat terhadap produk telekomunikasi, terutama layanan internet juga menjadi penyebab bertambahnya nilai PDRB sektor informasi dan komunikasi selama lima tahun terakhir. Secara berturut turut nilai tambah sektor informasi dan komunikasi naik mulai dari angka Rp 11,45 triliun pada tahun 2016, dan kemudian mencapai Rp 12,85 triliun di tahun 2017, Rp 14,80 triliun di tahun 2018, Rp 16,20 triliun di tahun 2019 dan Rp 17,94 triliun di tahun 2020.

Menurut Aula dan Maimun (2016) dalam Mohamad Ghozali (2018) perkembangan penggunaan sistem pembayaran elektronik akan meningkatkan kemudahan transaksi yang akan mendorong penurunan biaya transaksi dan dapat menstimulus pertumbuhan ekonomi. Penelitian yang dilakukan Ghozali (2018) menyatakan bahwa variabel pendapatan per-kapita memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam hubungan jangka panjang, serta pengaruh positif dan tidak signifikan dalam hubungan jangka pendek. Pengaruh positif memiliki makna bahwa ketika pendapatan per kapita meningkat maka permintaan terhadap *E-Money* akan meningkat pula baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Arista (2015) yang menemukan bahwa pendapatan yang tinggi akan menambah minat pengguna dalam menggunakan *E-Money*. Dengan demikian besarnya pendapatan perkapita akan mempengaruhi penggunaan *E-Money* di kalangan masyarakat.

Selain pendapatan, faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan penggunaan *E-Money* adalah Biaya Administrasi. Menurut Mulyadi (2005), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Jadi, biaya merupakan usaha yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan dan dapat memanfaatkan sesuatu. Biaya administrasi juga bisa menjadi parameter bagaimana masyarakat memilih menggunakan *E-Money* dalam bertransaksi. Menurut Yaqub, et.al (2013), diterapkannya kebijakan non tunai dengan memperbanyak saluran pembayaran elektronik akan berdampak positif bagi kenyamanan dan kemudahan konsumen dalam pembayaran, memperkecil risiko kejahatan dan biaya administrasi yang lebih rendah.

Beberapa biaya administrasi yang dikeluarkan ketika melakukan (*top up*) atau isi ulang uang elektronik, seperti OVO memiliki biaya administrasi Rp.1000 untuk *top up* melalui *transefer* bank. *Go-pay* juga dikenakan biaya administrasi senilai Rp.1000 saat mengisi saldo melalui *Mobile Banking* atau sesuai dengan kebijakan pihak bank tersebut. *Shopeepay* juga mengenakan biaya administrasi senilai Rp. 500 yang langsung dipotong dari saldo bank ketika melakukan *top-up* melalui *transfer* bank. Walaupun begitu hal ini hanya terjadi saat mengisi saldo aplikasi atau *E-Money* melalui transfer bank, atau saat mengisinya di *marchant-marchant* lain seperti Alfamart dan indomaret dengan biaya administrasi atau cas senilai Rp.1000-Rp. 2000. Beragamnya biaya administrasi yang dikeluarkan tiap produk *E-Money* serta biaya administrasi yang lebih rendah, bisa menjadi faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat menggunakan produk *E-Money*. Dalam aspek biaya, apabila biaya yang dikeluarkan oleh pengguna layanan non tunai tidak besar, maka keinginan konsumen dalam menggunakan layanan pembayaran non tunai akan lebih besar.

Umur juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan penggunaan *E-Money*. Pengguna uang elektronik saat ini sangat diminati di



kalangan muda. Berdasarkan survei Ipsos (2020), 68% pengguna uang elektronik adalah kalangan muda yang sudah memiliki kemampuan bayar ini karena, tingkat produktivitasnya jauh lebih aktif dibanding kalangan lain (Intan, 2020). Pola perilaku pengguna uang elektronik terbagi menjadi dua segmen usia yakni generasi Millennial dan Gen. Z. Presentasi pengguna tertinggi berada dalam rentang usia 25-40 tahun. Dalam rentang usia tersebut usia yang paling banyak melakukan pengisian (*top-up*) saldo adalah pengguna usia 25-29 tahun. Sedangkan usia yang lebih tua cenderung mengisi saldo lebih sedikit (Ramadhan, 2020).

Generasi *millennial* dikenal dengan sebutan generasi Y, yang merupakan orang-orang yang lahir setelah antara 1980-2000an (RUMAH, 2017). Berarti *millennial* sebagai generasi muda saat ini berumur antara 17-37 tahun (Ramadhan, 2020). Dalam menggunakan teknologi, generasi *millennial* dapat dibilang cukup mahir akan hal tersebut. Mereka lahir pada saat TV berwarna, *handphone* dan internet sudah ada, dan tentu mempunyai beberapa kebiasaan dan karakter tersendiri dari generasi sebelumnya. Karakter yang ditimbulkan generasi *millennial* ini diantaranya tidak bisa jauh dari gadget, tidak bisa jauh dari sosial media serta menyukai segala hal yang bersifat instan dan cepat (SEVIMA, 2017) Ada satu kebiasaan yang mulai timbul dari perkembangan teknologi yang dirasakan oleh generasi *millennial* ini yaitu mulai menyukai transaksi keuangan secara non tunai (*cashless*). Hadirnya generasi *millennial* sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang membawa percepatan pembangunan suatu bangsa di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor ekonomi (Aulia, 2020).

Selain itu, Pengalaman juga dapat mempengaruhi perilaku pelanggan pada masa depan. Dengan terbangunnya rasa percaya dan aman pada layanan penyedia *E-Money*, konsumen dapat meningkatkan minat untuk menggunakan kembali

layanan tersebut. Penelitian yang dilakukan Refika (2020) menunjukkan bahwa lama menggunakan layanan *E-Money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi penggunaan *E-Money*. Yang artinya semakin lama seseorang tersebut mengenal dan memahami layanan tersebut, maka akan semakin sering seseorang tersebut menggunakan layanan *E-Money*.

Jenis kelamin atau Gender juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan penggunaan *E-Money*. Perempuan biasanya membelanjakan uangnya untuk membeli produk kecantikan dan pakaian untuk menunjang penampilan mereka sehari-hari. Berbeda dengan laki-laki yang menghabiskan uangnya untuk membelanjakan produk yang berkaitan dengan hobi mereka, seperti komputer (Abrar dan Handoyono 2020).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Penggunaan *E-Money* di Kota Makassar”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka secara spesifik rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar
2. Apakah Biaya Administrasi berpengaruh terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar
3. Apakah umur berpengaruh terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar

4. Apakah lama menggunakan *E-Money* berpengaruh terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Makassar
5. Apakah terdapat perbedaan pengaruh jenis kelamin (gender) terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya administrasi terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar
3. Untuk mengetahui pengaruh umur terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar
4. Untuk mengetahui pengaruh lama menggunakan *E-Money* terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar
5. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan permintaan *E-Money* Berdasarkan jenis kelamin (gender) di Kota Makassar

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi terkait alat pembayaran non tunai khususnya *E-Money*
2. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) oleh Bank Indonesia dan membantu mensosialisasikan penggunaan *E-Money* terkait aspek-aspek

dalam peningkatan pengetahuan terhadap masyarakat

3. Bagi pihak akademik, dapat dijadikan informasi dan referensi untuk meningkatkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan uang elektronik.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teoritis

##### 2.1.1 Uang Elektronik (*E-Money*)

Uang elektronik (*E-Money*) merupakan uang yang bisa ditransfer secara elektronik dari pembeli kepada penjual (Popovska, 2014) Menurut Rivai (2001), uang elektronik adalah alat bayar elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut. Sedangkan menurut Hidayati (2006) pengertian uang elektronik (*E-Money*) mengacu pada definisi yang dikeluarkan oleh Bank For Internasional Settlement mendefinisikan uang elektronik sebagai *“stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer’s possession”* (produk *Stored-value* atau *prepaid* di mana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang).

Menurut Usman (2017) menjelaskan *E-Money* adalah produk nilai uang yang disimpan (*Stored Value*) atau produk prabayar (*Prepaid*), di mana sejumlah dana atau nilai uang disimpan dalam suatu media yang dimiliki konsumen. Nilai elektronik tersebut dibeli oleh konsumen dan tersimpan dalam media elektronik. Definisi uang elektronik adalah bahwa itu tidak nyata. Uang elektronik merupakan bagian terbesar dari semua uang yang dikeluarkan saat ini. Ini hanyalah versi

uang fisik yang tidak dicetak tetapi ditransfer secara elektronik (Dirk, 2017). Untuk pembelian barang dan layanan, saldo ini ditransfer ke pedagang yang kemudian dapat menukarkan saldo dengan uang elektronik ke penerbit. *E-Money* adalah kartu prabayar multi-tujuan, nilai kartu tersimpan untuk transportasi umum yang juga diterima pada tempat lain. (Chiu dan Wong, 2014).

Menurut Adiyanti (2015) pemakaian *E-Money* akan memberikan kelebihan dibanding dengan memakai uang tunai dan alat pembayaran non tunai lainnya. Sebagai contoh, lebih cepat dan nyaman dibanding memakai uang tunai khususnya transaksi bernilai kecil, sebab nasabah tak perlu mengeluarkan uang pas untuk menerima kembalian. Selain itu, dengan menggunakan *E-Money* tidak ada kesalahan hitung pengembalian uang saat melakukan transaksi. Namun ada juga kekurangan *E-Money* yaitu, belum semua transaksi bisa memakai *E-Money* karena baru bisa dipakai pada *merchant* yang bekerja sama dengan penerbit. Selanjutnya, risiko seluruh uang hilang ketika pengguna kehilangan kartu atau piranti yang dipakai menyimpan *E-Money* (Wibowo dan Rosmauli, 2015).

Dalam peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018 uang elektronik dibedakan sebagai berikut : 1) berdasarkan lingkup penyelenggara, dibedakan menjadi uang elektronik *closed loop* dan uang elektronik *open loop*, 2) berdasarkan media penyimpanan nilai uang elektronik, dibedakan menjadi uang elektronik *server based* dan uang elektronik *chip based* , 3) berdasarkan pencatatan data identitas pengguna, dibedakan menjadi uang elektronik *Unregistered* dan Uang Elektronik *Registered*.

Dalam peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI 2009 tentang *E-Money*, bahwa yang disebut *E-Money* adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *chip* atau *server*
3. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut
4. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dijelaskan dalam undang-undang perbankan.

Menurut Hidayati (2006) perbedaan antara *Prepaid Product* dan *Access Product* sebagai berikut:

1. *Prepaid Product (E-Money)*
  - a. Sejumlah nominal uang yang telah tercatat dalam instrumen *E-Money*, sering disebut dengan *stored value* (nilai tersimpan)
  - b. Nominal yang tercantum pada *E-Money* sepenuhnya berada dalam pengawasan pemilik *E-Money*
  - c. Pada transaksi, perpindahan dana dalam bentuk *electronic value* dari 2 kartu *E-Money* milik konsumen kepada terminal *merchant* dapat dilakukan secara offline. Verifikasi hanya dilakukan pada level *merchant (point of sale)*, tanpa harus *online* ke komputer *issuer*.
2. *Access Product* (kartu debit dan kartu kredit)
  - a. Tidak terdapat pencatatan dana pada instrumen kartu
  - b. Sejumlah nominal yang tertera sepenuhnya berada dalam pengelolaan bank, sepanjang belum ada otorisasi dari pemilik untuk

melakukan pembayaran

- c. Pada saat transaksi, kartu digunakan untuk mengakses secara online ke komputer *issuer* untuk mendapatkan otorisasi melakukan pembayaran atas beban rekening pemilik. Setelah di otorisasi oleh *issuer*, rekening pemilik kemudian akan langsung didebit. Dengan demikian pembayaran dengan menggunakan kartu kredit dan kartu debit mensyaratkan adanya komunikasi *online* kekomputer *issuer*.

Adapun uang elektronik berbasis server (*server base*), Menurut Rahmayani (2018), uang elektronik berbasis server (dompet elektronik) adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat bayar pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Sedangkan menurut Nugroho dompet elektronik (2016) adalah bentuk pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara elektronik menggunakan *smartphone* atau *gadget*, menggantikan penggunaan dompet secara fisik. Dalam peraturan Bank Indonesia nomor 18/40/PBI/2016 Pasal 1 ayat 7 tentang penyelenggara pemrosesan transaksi pembayaran menjelaskan bahwa dompet elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pemabayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran (Magfira, 2018).

Untuk lebih jelasnya, perbedaan & persamaan Uang Elektronik jenis terdaftar dan tidak terdaftar menurut surat edaran Bank Indonesia No.11/11DASP tanggal 13 April 2009 tentang jenis-jenis Uang Elektronik sebagai berikut:



**Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Uang Elektronik (Electronic Money) Jenis Terdaftar Dan Tidak Terdaftar**

Persamaan & Perbedaan	Terdaftar ( <i>Registered</i> )	Tidak Terdaftar ( <i>Unregistered</i> )
Pencatatan Pemegang Identitas	Data identitas pemegang kartu uang elektronik tercatat dan terdaftar pada penerbit	Data identitas kartu uang elektronik tidak tercatat pada penerbit/tidak harus menjadi nasabah penerbit.
Nilai <i>E-Money</i> Yang Tersimpan	Batas uang elektronik yang tersimpan dalam media <i>chip/server</i> paling banyak sebesar Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah)	Batas nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media <i>chip/server</i> paling banyak sebesar Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah)
Batas nilai transaksi	Dalam satu bulan untuk setiap uang elektronik secara keseluruhan ditetapkan paling banyak transaksi sebesar Rp.20.000.000,- (dua puluh juta rupiah)	Dalam satu bulan untuk setiap uang elektronik secara keseluruhan ditetapkan paling banyak transaksi sebesar Rp. 20.000.000,- (dua puluh juta rupiah)
Jenis Transaksi Yang Dapat Digunakan	Meliputi transaksi pembayaran, transfer, dana, dan fasilitas transaksi lainnya yang disediakan oleh penerbit	Meliputi Transaksi pembayaran, transfer, dana dan fasilitas transaksi lainnya yang disediakan oleh penerbit.

Sumber: Bank Indonesia

### 2.1.1.1 Manfaat Uang Elektronik

Penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi
2. Tidak menerima uang kembalian dalam bentuk barang
3. Uang elektronik juga bisa bermanfaat untuk pembayaran seperti transportasi, parkir, toll.

### 2.1.1.2 Risiko Uang Elektronik

1. Risiko uang elektronik dapat digunakan oleh pihak lain, karena pada prinsip uang elektronik yang hilang tidak dapat diklaim kepada penerbit
2. Risiko karena masih kurang pemahamannya pengguna dalam menggunakan uang elektronik, seperti pengguna tidak menyadari uang elektronik yang digunakan ditempelkan dua kali pada *reader* untuk transaksi yang sama sehingga nilai uang elektronik berkurang lebih besar dari nilai transaksi (Khafiyah, 2019)

### 2.1.1.3 Proses Transaksi Uang Elektronik

1. Penerbitan (issuance) dan pengisian nilai uang (*Top-up*) atau Loading)  
Pengisian sejumlah nominal uang pertama pada saat kedalam *E-Money* dapat dilakukan terlebih dahulu oleh issuer. Selanjutnya konsumen dapat melakukan pengisian ulang (*Top-up*) yang dapat dilakukan melalui ATM dan terminal-terminal pengisian ulang yang telah dilengkapi peralatan khusus.
2. Transaksi pembayaran  
Pada saat seseorang bertransaksi dengan *E-Money*, mekanisme yang dapat dilakukan antara lain sebagai berikut:

- a. Konsumen mengarahkan alat *E-Money* yang dimiliki ke alat yang terdapat pada *merchant*
  - b. Alat atau terminal pada *merchant* akan mendeteksi saldo *E-Money* terhadap jumlah nominal yang harus dibayar
  - c. Terminal akan mengurangi saldo pada alat *E-Money* nasabah sesuai dengan nominal transaksi yang dilakukan
3. Deposit, *Collection*
- a. *Deposit/Refund*  
 Pada beberapa produk, pemilik *E-Money* dapat melakukan *refund* atau penyetoran kembali dana pada *E-Money* yang tidak terpakai atau masih tersisa untuk didepositkan kedalam rekeningnya.
  - b. *Collection*  
 Proses *collection* biasanya dilakukan oleh *merchant* yaitu penyetoran electronic value yang diterima oleh *merchant* dari konsumen kepada issuer untuk rekening *merchant*.

### 2.1.2 Pendapatan

Menurut Suroto (2000) pendapatan merupakan seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan perorangan merupakan jumlah pendapatan yang diterima rumah tangga dan bisnis nonkorporat (Mankiw, 2000). Sedangkan menurut Sukirno (2001), pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun, yang diterima penduduk suatu negara.

Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (Samuelson dan Nordhaus, 2003). Pendapatan juga dapat didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun). Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga, dan dividen, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti sosial atau asuransi pengangguran (Samuelson dan Nordhaus, 2003). Jika pendapatan bertambah maka secara otomatis bagian dari pendapatan yang akan dibelanjakan juga akan bertambah, sehingga daya beli masyarakat atau jumlah barang yang bisa dibeli juga meningkat (Iskandar, 2002)

### **2.1.3 Biaya Administrasi**

Biaya (*cost*) menurut Kotler dan Gray (2000) adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan (dibayarkan) oleh konsumen. Menurut Mulyadi (2015), pengertian biaya dalam arti luas merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. Diukur dalam satuan uang
3. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

Menurut Raharjaputra (2009), definisi biaya secara umum adalah pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau perorangan yang bertujuan memperoleh manfaat lebih dari aktivitas yang dilakukan

tersebut . Lebih lanjut, *cost* adalah biaya dalam arti pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau individu yang berhubungan langsung dengan *output/produk* yang dihasilkan oleh perusahaan/perorangan tersebut (Raharjaputra, 2011).

#### **2.1.4 Umur/Usia**

Umur adalah lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan (KBBI, 2016). Jenis perhitungan umur atau usia terdiri atas usia kronologis yaitu perhitungan uia yang dimulai dari saat kelahiran seseorang sampai dengan waktu perhitungan usia, selanjutnya usia mental yaitu perhitungan usia yang didapatkan dari taraf kemampuan mental seseorang (Hardiwinoto, 2011). Menurut Notoadmodjo (2007) Umur mempengaruhi daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah umur akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin membaik

Penggunaan *E-Money* sangat diminati kalangan muda. Menurut penelitian dari *Director Customer Experience Ipsos Indonesia (2020)*, dalam Nadhilah dkk (2021) 68% pengguna adalah kalangan muda karena tingkat produktivitasnya jauh lebih aktif dibanding kalangan lain (Intan, 2020). Pola perilaku penggunaan dompet digital terbagi menjadi dua segmen usia yakni generasi milenial dan generasi Z. Berdasarkan *Survei Ipsos (2020)*, pengguna *E-Money* mayoritas adalah generasi muda yang sudah memiliki kemampuan bayar. Penelitian yang dilakukan Bencsik dkk (2016) dalam Yanuar (2016) mengklasifikasikan generasi usia kedalam enam generasi yang ditunjukkan pada TABEL 2.2.

**Tabel 2.2**  
**Klasifikasi Generasi Berdasarkan Usia**

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1925 – 1946	<i>Veteran generation</i>
1946 – 1960	<i>Boby boom generation</i>
1960 – 1980	<i>X generation</i>
1980 – 1995	<i>Y generation</i>
1995 – 2010	<i>Z generation</i>
2010 +	<i>Alfa generation</i>

*Sumber: Bencski, Csiko, & Juhez (dalam, Yuniar, 2016)*

Jumlah populasi tiap generasi akan berubah setiap saatnya, komposisi kelompok generasi *veteran* dan *babyboom* mulai berkurang. Saat ini usia produktif yaitu generasi X, Y dan Z memiliki populasi dominan.

1. Generasi X

Generasi X merupakan generasi yang lahir diantara tahun 1960 sampai 1980 dengan rentang usia 39 – 59 tahun. Generasi X adalah generasi yang lahir dimana teknologi informasi seperti PC, internet dan TV mulai berkembang. Generasi X memiliki ciri-ciri seperti mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan, karakter mandiri, dan pekerja keras

2. Generasi Y

Generasi Y merupakan generasi yang lahir diantara tahun 1980 sampai 1995 dengan rentang usia 24 – 39 tahun. Generasi Y atau yang lebih dikenal dengan generasi milenial merupakan generasi yang lahir di era internet *booming*. Generasi Y memiliki karakteristik yang berbeda – beda tergantung dimana mereka dibesarkan, strata ekonominya, serta sosial keluarganya. Ciri ciri generasi Y adalah mempunyai pola komunikasi yang lebih terbuka, fanatik terhadap pemakaian media sosial. Perkembangan teknologi sangat berpengaruh kepada kehidupannya dan pandangannya terhadap politik dan ekonomi lebih terbuka.

### 3. Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang lahir diantara tahun 1995 sampai 2010 dengan rentang usia 19 – 24 tahun. Generasi Z memiliki kesamaan dengan generasi Y mereka mampu mengerjakan semua kegiatan dalam satu waktu (*multitasking*) contohnya, penggunaan sosial media melalui *smartphone*, penggunaan PC dan semua kegiatan yang mereka lakukan lebih dominan berkaitan dengan dunia maya. Sejak kecil generasi ini sudah akrab dengan penggunaan *gedget* canggih yang tentunya akan berpengaruh pada kepribadiannya.

#### 2.1.5 Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2008) perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Menurut Setiadi (2003) faktor-faktor internal individual yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti : 1) motivasi, 2) kepribadian, 3) pembelanjaan, 4) sikap, 5) persepsi konsumen. Menurut Swastha dan Handoko (2000) menyatakan bahwa faktor-faktor lingkungan ekstren yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu : kebudayaan (*culture*) dan kebudayaan khusus (*subculture*), 2) kelas sosial (*Social class*), 3) kelompok-kelompok sosial (*social grup*), kelompok referensi (*referensi group*), dan 4) keluarga (*family*). Menurut Swastha dan Handoko (2000) : faktor-faktor psikologis yang menjadi faktor dasar perilaku konsumen adalah : 1) motivasi, 2) pengamatan, 3) belajar, 4) kepribadian dan konsep diri, dan 5) sikap. Berikut dijelaskan mengenai faktor-faktor lingkungan intern yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

1. Motivasi. Menurut Swastha dan Handoko (2000) motivasi manusia dalam melakukan pembelian dibedakan menjadi:
  - a. Motif pembelian primer dan selektif
    - 1) Motif Rasional, yang menimbulkan perilaku pembelian terhadap kategori-kategori umum produk
    - 2) Motif pembelian selektif, adalah yang mempengaruhi konsumen tentang model, merek dan kelas-kelas produk
  - b. Motif rasional dan emosional
    - 1) Motif rasional, yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti ditunjukkan oleh suatu produk kepada konsumen.
    - 2) Motif emosional merupakan motif pembelian yang berkaitan dengan perasaan atau emosi individu, seperti pengungkapan rasa cinta, kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, keamanan.
2. Persepsi. Menurut Amirullah (2002) persepsi dapat diartikan sebagai proses dimana individu memilih, mengelola, dan menginterpretasikan stimulus kedalam bentuk arti dan gambar atau dapat juga dikatakan bahwa persepsi adalah bagaimana orang memandang lingkungan sekelilingnya
3. Belajar. Menurut Swastha dan Handoko (2000) belajar adalah perubahan-perubahan yang terjadi sebagai hasil akibat adanya. Perubahan tersebut bersifat tetap/permanen yang bersifat fleksibel. Setiadi (2008) juga mengemukakan bahwa pembelajaran dapat



dipandang sebagai proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap atau perilaku. Menurut Mangkunegara (2002) perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli.

4. Kepribadian dan Konsep Diri. Menurut Mangkunegara (2002) Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Faktor lain yang ikut menentukan perilaku konsumen menurut Mangkunegara (2000) adalah konsep diri. Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan.
5. Sikap. Menurut Mangkunegara (2002) sikap dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya cenderung ke arah obyek atau ide. Sikap ini dilakukan berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses belajar dari pengalaman dari yang lain.

Sedangkan faktor-faktor ekstern yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen sebagai berikut:

1. Kebudayaan, menurut Stanton dalam Swastha dan Handoko (2000) mendefinisikan kebudayaan merupakan symbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi

sebagai penentu dan pengatur manusia dalam masyarakat yang ada. Menurut Sutisna (2000) budaya yang ada dalam sekelompok masyarakat merupakan seperangkat aturan dan cara-cara hidup. Dengan adanya aturan dan cara hidup, anggota dituntun untuk menjalani kehidupan yang serasi.

2. Kelas sosial, menurut Alma (2000) kelas sosial merupakan kelompok masyarakat tingkat tertentu yang memiliki nilai dan sikap yang berbeda dari kelompok tingkatan lain. Pengertian kelas sosial dalam hal ini adalah sama dengan istilah lapisan sosial, tanpa membedakan apakah dasar pembagian kelas itu uang, tanah, kekuasaan atau dasar lainnya
3. Kelompok panutan atau kelompok referensi, Menurut Alma (2000) kelompok referensi adalah *Reference group* ini bisa merupakan grup primer, sekunder, atau pemberi aspirasi. Grup primer adalah para anggota yang saling berkomunikasi satu sama lain. Grup sekunder adalah organisasi yang tidak terlalu banyak berinteraksi tatap muka dengan individu, seperti organisasi serikat pekerja, organisasi keagamaan, organisasi profesi dan sebagainya. Grup aspirasi adalah seseorang yang memberi aspirasi pada individu untuk memiliki sesuatu.
4. Keluarga (*Family*), menurut Alma (2000) keluarga adalah lingkungan terdekat dengan individu dan sangat mempengaruhi nilai-nilai serta perilaku seseorang dalam mengkonsumsi sesuatu.

### 2.1.6 Jenis Kelamin

Menurut Sugihartono dkk (2007) jenis kelamin dapat diartikan sebagai perbedaan individual berdasarkan faktor biologis yang dibawa sejak lahir, yaitu perbedaan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Gender menurut Nurwoko (2004) adalah perbedaan yang tampak pada laki-laki dan perempuan apabila dilihat dari nilai dan tingkah laku. Gender merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan perbedaan antara laki-laki dan perempuan secara sosial. Gender adalah kelompok atribut dan perilaku secara kultural yang ada pada laki-laki dan perempuan.

Perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam menggunakan *E-Money* dalam hal keamanan, dimana perempuan lebih memperhatikan keamanan pembayaran digital dibandingkan dengan laki-laki (Swapnil et al., 2020) dan dilihat dari kebiasaan berbelanja, bagi laki-laki penggunaan pembayaran digital dipengaruhi oleh kebiasaannya, sedangkan bagi perempuan dipengaruhi oleh niat perilakunya (Rahmatillah, 2018).

### 2.1.7 Permintaan

Menurut Ahmad (2009), permintaan diartikan sebagai jumlah barang dan jasa yang diminta (mampu dibeli) seseorang atau individu dalam waktu tertentu. Permintaan adalah jumlah suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*). Menurut Sukirno (2011), faktor-faktor yang menentukan permintaan yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, jumlah penduduk, dan ramalan mengenai keadaan pada masa yang akan datang.

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Singkatnya permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (a) harga barang itu sendiri jika harga suatu barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu bertambah. (b) harga barang lain yang terkait berpengaruh apabila terdapat dua barang yang saling terkait yang keterkaitannya dapat bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplemen (pelengkap). (c) tingkat pendapatan perkapita dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat. (d) selera atau kebiasaan. Tinggi rendahnya suatu permintaan ditentukan oleh selera atau kebiasaan dari pola hidup suatu masyarakat. Semakin banyak jumlah penduduk yang mempunyai selera atau kebiasaan akan kebutuhan barang tertentu, maka semakin besar permintaan terhadap barang tersebut. Selanjutnya (e) perkiraan harga pada masa mendatang bila kita memperkirakan bahwa harga suatu barang akan naik, adalah lebih baik membeli barang tersebut sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini guna menghemat belanja dimasa depan. (f) distribusi pendapatan. Tingkat pendapatan perkapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk. Jika distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah, sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun. (g) usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan. Bujukan para penjual untuk membeli barang besar sekali perannya dalam mempengaruhi masyarakat. Usaha-usaha promosi kepada pembeli sering mendorong orang untuk membeli banyak daripada biasanya (Basuki dkk, 2014)

### 2.1.8 Preferensi konsumen

Ilmu ekonomi menjabarkan bahwa preferensi adalah sebuah teori pilihan (*theori of choice*). Preferensi ini meliputi pilihan dari pilihan sederhana hingga kompleks, untuk menunjukkan bagaimana seseorang dapat merasakan atau menikmati apa yang di pilih. Menurut Munandar (2012) dalam Perdana dkk (2019) pereferensi 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 disenangi 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 dikonsumsi. Preferensi menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai produk yang ada.

Preferensi konsumen adalah pilihan atau minat seseorang dalam memilih suatu produk, barang atau jasa (Simamora, 2013). Howard dan Sheth (2000) mengemukakan preferensi pelanggan dalam suatu gambaran proses pengambilan keputusan membeli. Selanjutnya pembelian konsumen dipengaruhi oleh lima karakteristik yaitu 1.) karakteristik budaya, meliputi nilai, sikap, prinsip, dan norma. 2) karakteristi pribadi, meliputi umur, pekerjaan dan gaya hidup. 3) karakteristik ekonomi, meliputi pendapatan, jenis usaha, dan tabungan. 4) karakteristi Psikologi, meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, dan kepuasan.

Tunggal (2005) juga berpendapat bahwa secara sederhana preferensi pelanggan dipengaruhi oleh lima penilaian sesuai dengan bentuk-bentuk sub penilaian yang mengantar setiap pelanggan menentukan pilihannya terhadap keputusan mengenai pembelian suatu produk. 1) karakteristik budaya, karakteristik ini menunjukkan implementasi dari pemahaman pelanggan mengenai preferensi sesuai dengan karakter budaya masing-masing pelanggan. Karakteristik budaya

terbagi menjadi dua yaitu bentuk fisik dari suatu suatu produk. Setiap pelanggan mempunyai keinginan membeli produk dengan bentuk fisik yang berbeda-beda sesuai dengan kebudayaan mereka. Kemudian model, model produk diartikan sebagai jenis dari produk. Model juga dipengaruhi oleh karakteristik budaya dari masing-masing konsumen. 2) karakteristik sosial mencakup status dan kelas sosial. 3) karakteristi pribadi mencakup pekerjaan dan gaya hidup. 4) karakteristik psikologis mencakup motivasi dan persepsi. Semua dimensi ini merupakan penilaian mengenai produk yang akan dibeli.

## **2.2 Tinjauan Teoritis**

### **2.2.1 Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*)**

Menurut Sukirno (2001), pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun, yang diterima penduduk suatu negara. Permintaan adalah jumlah atau jasa yang ingin dan mampu dibeli konsumen pada harga dan waktu tertentu dan sesuai dengan pendapatan. Pada teori permintaan, tingkat pendapatan seseorang akan mempengaruhi permintaan produk dan jasa. Ketika pendapatan tinggi maka permintaan barang dan jasa dapat dilakukan dalam jumlah yang besar dan sebaliknya jika pendapatan mereka rendah maka permintaan yang dapat dilakukan jumlahnya kecil.

Pendapatan masyarakat menjadi salah satu faktor selain jumlah uang beredar dan perputaran uang yang dapat mempengaruhi permintaan *E-Money*. Menurut Aula dan Maimun (2016) dalam Mohamad Ghozali (2018), Perkembangan penggunaan sistem pembayaran elektronik akan meningkatkan kemudahan transaksi yang akan mendorong penurunan biaya transaksi dan dapat menstimulus

pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian besarnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi permintaan penggunaan *E-Money* di kalangan masyarakat. Menurut Adiyanti (2015) semakin besar pendapatan seseorang maka akan semakin besar pula konsumsi yang dikeluarkan ataupun gaya hidup yang meningkat, sehingga ketika pendapatan tinggi keinginan untuk menggunakan produk baru akan semakin tinggi pula, begitupun sebaliknya.

Selain dari *saving* pendapatan juga erat kaitannya dengan tingkat konsumsi. Tingkat pendapatan masyarakat yang bertambah akan mempengaruhi konsumsi masyarakat untuk naik. Dimana hal ini sejalan dengan teori konsumsi Keynes, yaitu *Absolut Income Hypothesis* Keynes berasumsi bahwa kecenderungan mengonsumsi *marginal propensity to consume* (MPC) yaitu jumlah yang dikonsumsi dari setiap tambahan pendapatan adalah antara nol dan satu. Pada saat pendapatan seseorang tinggi maka semakin tinggi pula konsumsi dan tabungannya. Jadi, apabila terjadi peningkatan pendapatan maka hal ini dapat meningkatkan permintaan uang elektronik oleh masyarakat, terlebih ketika ditambah dengan tingkat konsumsi yang tinggi, maka bukan hanya barang dan jasa saja yang akan dikonsumsi namun produk perbankan seperti uang elektronik juga digunakan atau dikonsumsi masyarakat.

### **2.2.2 Pengaruh Biaya Administrasi Terhadap Permintaan Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*)**

Dalam aspek biaya dapat diartikan bahwa apabila biaya yang dikeluarkan oleh pengguna layanan pembayaran non tunai tidak besar, maka keinginan konsumen dalam menggunakan layanan pembayaran non tunai akan lebih maksimal. Biaya yang dimaksud adalah biaya awal penggunaan layanan pembayaran non tunai (biaya admin), *top up*, dan biaya minimal saldo atau seberapa

banyak biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memiliki layanan pembayaran non tunai. Terdapat biaya transaksi yang timbul dengan menggunakan uang elektronik (*E-Money*), misalnya biaya administrasi pada saat isi saldo (*top-up*). Seseorang tidak bisa memutuskan untuk mengadopsi layanan *payment* hanya dengan mempertimbangkan *perceived risk*, karena konsumen tersebut juga harus bersedia membayar biaya komunikasi dan *handset*.

Menurut Yaqub, et.al (2013) menyatakan bahwa diterapkannya kebijakan non tunai dengan memperbanyak saluran pembayaran elektronik akan berdampak positif bagi kenyamanan dan kemudahan konsumen dalam pembayaran, memperkecil risiko kejahatan dan biaya administrasi yang lebih rendah. Sedangkan untuk perusahaan, benefitnya dapat berupa akses yang lebih cepat kemodal dan memperkecil biaya pengurusan (Ordior et.al 2012). Oleh sebab itu, dibandingkan dengan pembayaran tunai, biaya administrasi yang dikeluarkan untuk transaksi non tunai lebih rendah. Dengan biaya administrasi yang lebih rendah dan dengan sistem pembayaran yang lebih mudah dan efisien serta memperkecil risiko kejahatan, mampu meningkatkan permintaan penggunaan *E-Money*.

### **2.2.3 Pengaruh Umur Terhadap Permintaan Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*)**

Menurut Notoadmodjo (2007), Umur mempengaruhi daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah umur akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin membaik. Pada masa dewasa merupakan usia produktif, masa bermasalah, masa ketegangan emosi, masa keterasingan sosial, masa komitmen, masa ketergantungan, masa perubahan nilai, masa penyesuaian dengan cara hidup baru, masa kreatif. Pada masa dewasa ditandai oleh perubahan jasmani dan mental. Kemahiran dan



keterampilan serta profesional yang dapat menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi serta kesenian.

Pola perilaku pengguna uang elektronik terbagi menjadi dua segmen usia yakni generasi milleniel dan generasi Z. Survei Ipsos menunjukkan bahwa pengguna *E-Money* mayoritas adalah generasi muda yang sudah memiliki kemampuan bayar. Persentasi pengguna uang elektronik tertinggi berada dalam rentang 25-40 tahun. Dalam rentang usia tersebut usia yang paling banyak melakukan pengisian (*top up*) saldo untuk *E-Money* adalah pengguna usia 25-29 tahun. Sedangkan usia yang lebih tua cenderung untuk mengisi saldo lebih sedikit (Ramadhan 2020). Generasi *millenial* sebagai generasi muda saat ini berumur antara 17-37 tahun (Ramadhan, 2020). Dalam menggunakan teknologi, generasi milenial dapat dibidang cukup mahir akan hal tersebut. Mereka lahir pada saat TV berwarna, *handphone* dan internet sudah ada, dan tentu mempunyai beberapa kebiasaan dan karakter tersendiri dari generasi sebelumnya. Karakter yang ditimbulkan generasi milenial ini diantaranya tidak bisa jauh dari *gadget*, tidak bisa jauh dari sosial media serta menyukai segala hal yang bersifat instan dan cepat (SEVIMA, 2017). Kebiasaan yang mulai timbul dari perkembangan teknologi yang dirasakan oleh generasi mileniel yaitu mulai menyukai transaksi keuangan secara non tunai (*cashless*). Hadirnya generasi milenial sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang membawa percepatan pembangunan suatu bangsa diberbagai sektor, salah satunya adalah sektor ekonomi (Aulia, 2020)

#### **2.2.4 Pengaruh Lama Menggunakan *E-Money* Terhadap Permintaan Penggunaan *E-Money***

Menurut Setyanto dalam Yulianto dkk(2016) minat ulang bertransaksi dapat diartikan sebagai frekuensi (seberapa sering) nasabah menggunakan fasilitas-

fasilitas yang disediakan pihak bank dalam bertransaksi. Teori menunjukkan salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan keuntungan adalah dengan melakukan peningkatan retensi terhadap pelanggan (Zeithmal) dalam Yulianto dkk (2016). Karena dengan cara tersebut pelanggan yang sudah lama akan tetap menggunakan dan semakin banyak membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Untuk mempertahankan pelanggan perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan produk untuk meningkatkan nilai-nilai pelanggan (Cronin dkk, 2000). Oleh karena itu, harus disadari bahwa konsumen lebih cenderung untuk membeli atau menggunakan produk ataupun jasa dari perusahaan yang sama jika konsumen sudah merasakan apa yang dikeluarkan sebanding dengan yang didapatkannya.

Sejalan dengan teori diatas, kehadiran transaksi pembayaran digital semakin digemari karena didukung oleh kenyamanan, ketersediaan layanan, diskon dan *point reward* (Iradianty & Aditya, 2020) terlebih dipengaruhi oleh *word-of-mounth*, kepercayaan, persepsi resiko (Oktaviani et al., 2019) kegunaan, pengalaman, manfaat (Prakosa & Wintaka, 2020) dan kemudahan penggunaan. Penggunaan atas jasa yang diberikan oleh pihak penyedia pembayaran digital di antaranya makanan, transportasi, toko *online*, toko *offline*, pulsa, pembelian paket, pembelian tiket, donasi, supermarket, logistik, pembayaran tagihan, perkembangan usaha, investasi, kesehatan dll, sehingga manfaat dari layanan pembayaran digital ini sangat banyak dirasakan baik dari pihak pembeli (konsumen) maupun dari pihak penjual, merekapun akan tetap menggunakan jasa pembayaran digital dimasa yang akan datang karena sangat didukung oleh faktor keamanan, kemudahan penggunaan, biaya, kegunaan, privasi dan kenyamanan transaksi antara pihak pembeli dan penjual (Iradianty & Aditya, 2020).

### **2.2.5 Pengaruh Jenis Kelamin Terhadap Permintaan Penggunaan *E-Money***

Jenis kelamin menjadi karakteristik demografis yang sangat perlu untuk dibicarakan karena terbukti bahwa laki-laki dan perempuan memproses informasi secara berbeda (Peter dan Olson, 1999). Penelitian Abrar dan Handoyo (2020) menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku pengakses internet dan *E-Banking* lebih banyak dilakukan oleh laki-laki. Sementara untuk pelaku belanja *online* lebih dominan dilakukan oleh perempuan. Jenis kelamin juga menunjukkan perbedaan pilihan konsumsi perempuan dan laki-laki. Jika laki-laki cenderung memilih untuk konsumsi barang, elektronik, *gedget*, ataupun otomotif maka perempuan lebih banyak menghabiskan uang untuk kosmetik, *fashion*, dan aksesoris.

Perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam menggunakan *E-Money* dalam hal keamanan, dimana perempuan lebih memperhatikan keamanan pembayaran digital dibandingkan dengan laki-laki (Swapnil et al., 2020) dan dilihat dari kebiasaan berbelanja, bagi laki-laki penggunaan pembayaran digital dipengaruhi oleh kebiasaannya, sedangkan bagi perempuan dipengaruhi oleh niat perilakunya (Rahmatillah, 2018).

## **2.3 Studi Empiris**

Putri Nadhilah, Ridwan Indra Jatikusumo dan Erwin Permana (2021) Dengan Judul “Efektifitas Penggunaan *E-Wallet* di kalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian”. Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif yaitu mengambil simpulan dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menjadi persoalan yang spesifik dan dibuat simpulan umum sesuai dengan teori-teori yang tersedia. Hasil dari penelitian terdapat tiga alasan yang mendasar yaitu penawaran promo dan fitur menarik, kenyamanan dan kemudahan penggunaan *E-Wallet* itu

sendiri yang menjadikan penggunaan *E-Wallet* cukup efektif dalam proses menentukan keputusan pembelian di kalangan mahasiswa.

Dimas Setio Wibowo (2017) Dengan Judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kartu BRIZZI PT. Bank Rakyat Indonesia Di Kota Medan” Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear. Dari hasil penelitian secara simultan menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel kebutuhan, keamanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap permintaan kartu BRIZZI. Secara parsial menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel kebutuhan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan kartu BRIZZI dengan tingkat signifikansi  $0,048 < 0,050$ , variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kartu BRIZZI dengan tingkat signifikansi  $0,015 < 0,050$ , dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kartu BRIZZI dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,050$ .

Aldilla Iradianty, Bayu Rima Aditya (2021) Dengan Judul “*Digital Payment* : Perspektif Gender Dalam Pemilihan Jasa Pembayaran Digital” penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan survei kuesioner. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan analisis uji-t dua sampel untuk uji beda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam penggunaan pembayaran digital.

Nensi Audika Butarbutar Dan Lutfi Haris (2018) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembayaran Non Tunai Pada Aplikasi Transportasi Online Di Kota Malang” penelitian ini menggunakan *nonprobability* sampling untuk menentukan sampel. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SPSS 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan

bahwa konstruk kemampuan pengguna, biaya, preferensi kosumen dan mobilitas berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan pembayaran nontunai.

Mohamad Ghozali Dan Triaji Pambudi (2018) Dengan Judul “Pengaruh Permintaan *E-Money* Terhadap Pendapatan per Kapita di Indonesia” Teknik analisis data menggunakan *Error Correction Model (ECM)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam jangka panjang pendapatan per kapita berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan *E-Money*. Dalam jangka pendek pendapatan per kapita berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan *E-Money*.

Ni Made Dwi Aksami dan I Made Jember (2019) meneliti terkait Analisis Minat Penggunaan Layanan *E-Money* Pada Masyarakat Kota Denpasar penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa pendapatan, aspek manfaat, aspek kemudahan dan faktor keamanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Money*. Secara parsial pendapatan, aspek manfaat, aspek kemudahan dan faktor keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *E-Money*. Dari hasil analisis tersebut dijelaskan bahwa semakin besar pendapatan, aspek manfaat, aspek kemudahan dan faktor keamanan yang didapatkan menumbuhkan minat masyarakat dalam menggunakan *E-Money*.

Refika Cristanty Rezandra Sarigih (2020) meneliti terkait Analisis Pengaruh Pendapatan, Jenis Kelamin, Dan Lama Menggunakan *E-Money* Terhadap Frekuensi Penggunaan *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Data yang digunakan data primer yang didapatkan dari hasil pengisian kuesioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas penggunaan *E-Money*. Lama menggunakan *E-*

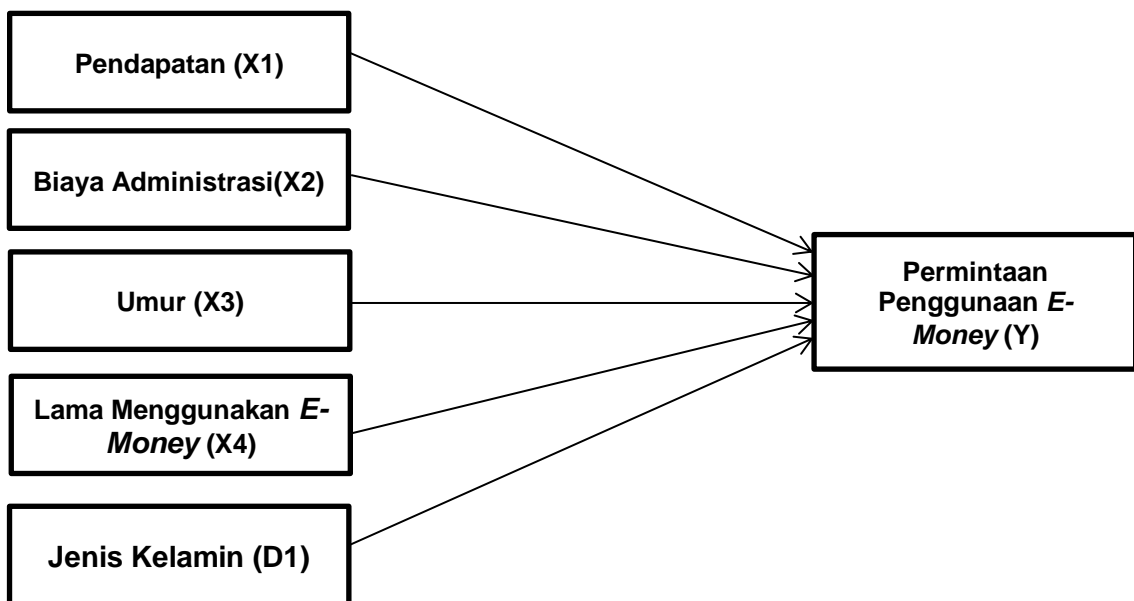
*Money* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas penggunaan *E-Money*. Jenis kelamin juga memiliki pengaruh terhadap probabilitas penggunaan *E-Money*.

#### 2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teortis dan hubungan antar variabel yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti mencoba membuat kerangka pikir yang menjelaskan bagaimana variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap permintaan penggunaan Uang Elektronik. Kerangka pikir dalam penelitian ini adalah, permintaan penggunaan uang elektronik (*E-Money*) sebagai variabel dependen dan dipengaruhi oleh lima variabel independen yaitu pendapatan, biaya administrasi, umur, lama menggunakan *E-Money* dan jenis kelamin. Adapun skema kerangka pikir dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 2.1**

#### **Kerangka Pikir Penelitian**



## 2.5 Hipotesis

Adapun hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Diduga Pendapatan berpengaruh positif terhadap permintaan penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) di Kota Makassar
2. Diduga Biaya Administrasi berpengaruh negatif terhadap permintaan penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) di Kota Makassar
3. Diduga Umur berpengaruh negatif terhadap permintaan penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) di Kota Makassar.
4. Diduga Lama menggunakan *E-Money* berpengaruh positif terhadap permintaan penggunaan *E-Money* di Kota Makassar
5. Diduga terdapat perbedaan permintaan penggunaan *E-Money* berdasarkan jenis kelamin di Kota Makassar