

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Uang dalam kehidupan kita sehari-hari sangatlah penting. Uang dipakai pada segala aspek. Uang yang biasa dipakai adalah uang fisik yang berwujud kertas dan logam. Namun dewasa ini, diperlukan media pembayaran yang cepat, praktis, dan fleksibel karena saat ini telah memasuki era digital. Sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi mengalami kemajuan yang pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang canggih.

Pemanfaatan perkembangan teknologi dalam perekonomian di era modern dapat terlihat pada perkembangan bisnis yang saat ini merambah sistem online, serta terjadi pula pada sistem pembayaran. Penggunaan uang tunai dinilai mulai menimbulkan masalah terutama tingginya biaya *cash handling*, risiko perampokan / pencurian, serta peredaran uang palsu.

Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran telah menggantikan peranan uang tunai (*currency*) yang dikenal masyarakat sebagai alat pembayaran pada umumnya ke bentuk pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien yang dikenal sebagai *electronic money (e-money)*. Hal ini didukung dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan ataupun pusat perbelanjaan di Indonesia yang menerima transaksi pembayaran dengan menggunakan sistem non tunai.

Sistem pembayaran non-tunai memiliki banyak manfaat yang tentunya diperlukan di masa modern ini. Dibandingkan dengan uang tunai, transaksi menggunakan *e-money* jauh lebih cepat dan nyaman, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), karena pengguna *e-money* tidak perlu menyediakan uang pas atau harus menyimpan kembalian.

E-money merupakan salah satu produk dari sistem pembayaran non-tunai yang beberapa tahun belakangan ini sedang gencar diperkenalkan kepada masyarakat Indonesia. Saat ini di Indonesia terdapat 39 perusahaan penerbit *e-money* yang telah diberi izin dan disahkan oleh Bank Indonesia per 24 Oktober 2019.

Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam 3 ketentuan Pasal 1 Ayat 3: “Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit”.

E-money (uang elektronik) atau *Digital Money* (uang digital) merupakan uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer (seperti internet dan sistem penyimpanan harga digital). Pemerintah juga berupaya meningkatkan penggunaan uang elektronik pada pegawai pemerintahan. Kartu identitas atau *ID Card* para pegawai Kementerian dapat digunakan sebagai uang elektronik atau *e-money* merupakan salah satu inisiatif cara pemerintah demi meningkatkan penggunaan uang elektronik.

Meskipun pemerintah telah mendukung dan berupaya untuk meningkatkan minat penggunaan uang elektronik atau *e-money*, kenyataannya minat menggunakan *e-money* pada masyarakat masih rendah. Rendahnya minat masyarakat untuk menggunakan *e-money* juga dikarenakan penggunaanya yang masih terbatas seperti penggunaan pada jalan tol, bus dalam kota, pembayaran parkir, pembayaran kereta api, pembayaran belanja di toko *retail*, pembayaran untuk transportasi online, untuk pembayaran di *food court*.

Prinsip orang yang memiliki *emoney* adalah menyimpan sejumlah uang pada media elektronik, namun tingkat pemahaman masyarakat terhadap *e-money* masih belum baik. Tingkat pemahaman *e-money* yang masih rendah menjadi salah satu penyebab minat menggunakan *e-money* pada masyarakat masih rendah. Sehingga untuk meningkatkan minat masyarakat menggunakan *e-money* perlu meningkatkan pemahaman masyarakat terkait dengan *e-money*.

Seperti yang dilaporkan, Bank Indonesia memperlihatkan beberapa statistik mengenai kondisi *e-money* di negara Indonesia. Volume transaksi uang elektronik pada akhir 2018 melonjak mencapai 2,9 miliar dibandingkan 2017 sebesar 943,3 juta transaksi. Hingga juli 2019, volume transaksi uang elektronik telah mencapai 2,7 miliar transaksi atau mendekati angka.

Penggunaan *e-money* memiliki banyak kemanfaatan yang diberikan apabila diterapkan dengan baik, antara lain transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien, pencatatan data keuangan personal secara otomatis, lebih aman, memudahkan akses ke *electronic commerce*, dan mendorong personalisasi yang lebih baik dari layanan perbankan. Dengan banyaknya kemanfaatan yang diberikan dari *e-money*, tentunya dapat membantu dan menguntungkan masyarakat yang menggunakan *e-money*.

Masyarakat telah terbiasa memakai alat pembayaran berupa uang fisik yang membuatnya susah berpindah ke bentuk uang digital. Metode pembayaran melalui transfer antar bank, atau malah COD (*cash on demand*) masih lebih dipilih konsumen Indonesia dalam berbelanja online. Kendala yang dihadapi yaitu seperti masih belum terbukanya masyarakat untuk menggunakan uang elektronik (*e-money*) dikarenakan masih terbiasa menggunakan uang tunai atau membudayanya uang tunai serta belum mengetahui efisiensi yang diberikan dari *e-money* (Librianty, 2016). Perlu meningkatkan kesadaran untuk menggunakan uang elektronik atau *e-money* karena *e-money* mudah digantikan oleh uang tunai (Wulandari, 2016:8). Sehingga sosialisasi terkait berbagai kemanfaatan yang diberikan dari *e-money* penting ditingkatkan.

Pada penelitian ini, objek penelitian adalah masyarakat pemilik uang elektronik di kota Medan. Kepala BI Perwakilan Sumatera Utara Wiwiek Widayat mengatakan bahwa layanan *e-money* mampu membukukan transaksi senilai 346 miliar di akhir tahun 2018. Semakin tingginya akses masyarakat terhadap uang elektronik bisa dilihat dari pengguna uang elektronik di Sumatera Utara khususnya kota Medan seperti OVO, Gopay, i.saku, Saku-ku, Dana dan lain-lain. *Merchant* yang menawarkan pembayaran melalui *e-money* juga semakin banyak. Peningkatan transaksi non tunai utamanya didorong oleh upaya perluasan pembayaran berbasis elektronik dan pengembangan ekosistem pembayaran non tunai. Pertumbuhan penggunaan uang elektronik di kota Medan salah satunya didukung oleh kegiatan elektronifikasi jalan tol berkat fasilitas yang dilakukan Bank Indonesia kepada Badan Usaha Jalan Tol (BUJT).

Dalam upaya meningkatkan minat menggunakan *e-money*, maka pihak pemerintah, perbankan dan perusahaan penerbit perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan *e-money*. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti membahas permasalahan tersebut dengan judul penelitian: "**Pengaruh Tingkat Pemahaman dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi Pada Masyarakat Kota Medan)**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh tingkat pemahaman *E-money* terhadap minat menggunakan *E-money* pada masyarakat di Kota Medan?
2. Bagaimana pengaruh kemanfaatan terhadap minat menggunakan *E-money* pada masyarakat di Kota Medan?
3. Bagaimana pengaruh tingkat pemahaman dan kemanfaatan secara bersama terhadap minat menggunakan *E-money* pada masyarakat di Kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan yang akan dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Tingkat Pemahaman terhadap Minat Menggunakan *E-money* pada masyarakat di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan *E-money* pada masyarakat di Kota Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Tingkat Pemahaman dan Kemanfaatan secara bersama terhadap Minat Menggunakan *E-money* pada masyarakat di Kota Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat :

1. Bagi Penulis

Bermanfaat untuk mengetahui atau memperkaya pengetahuan tentang *E-money* dan memperoleh pemahaman mengenai Tingkat Pemahaman dan Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan *E-money* baik secara teoritis maupun aplikasinya di lapangan.

2. Bagi pengguna *e-money*

Dapat memberikan penjelasan dan pemahaman kepada konsumen tentang manfaat dari produk *e-money*.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi atau bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti objek yang sama dan untuk mengembangkan penelitian di masa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Tingkat Pemahaman

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pemahaman adalah proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan. Pemahaman merupakan suatu kegiatan berpikir secara diam-diam dan menemukan dirinya dalam diri orang lain.

Menurut Mutia (2014:11) Tingkat pemahaman adalah suatu proses peningkatan pengetahuan secara intensif yang dilakukan seorang individu dan sejauh mana dapat dimengerti dengan benar akan suatu permasalahan yang ingin diketahui. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman adalah skala kemampuan seseorang mengerti dan memahami suatu ilmu atau informasi yang kemudian diartikan menurut dirinya sendiri namun masih berkaitan dengan inti dalam ilmu atau informasi yang didapatkannya.

Menurut Daryanto (2012:106), kemampuan pemahaman berdasarkan tingkat kepekaan dan derajat penyerapan materi dijabarkan ke dalam tiga tingkatan yaitu :

a) Menerjemahkan (*translation*)

Menerjemahkan diartikan sebagai pengalihan arti dari bahasa yang satu ke bahasa yang lain sesuai dengan pemahaman yang diperoleh dari konsep tersebut. Dengan kata lain, menerjemahkan berarti sanggup memahami makna yang terkandung di dalam suatu konsep.

b) Menafsirkan (*interpretation*)

Kemampuan ini lebih luas dari pada menerjemahkan, kemampuan ini untuk mengenal dan memahami. Menafsirkan dapat dilakukan dengan cara

menghubungkan pengetahuan yang lalu dengan pengetahuan lain yang diperoleh berikutnya.

c) Mengekstrapolasi (*extrapolation*)

Ekstrapolasi menuntut kemampuan intelektual yang lebih tinggi karena seseorang harus bisa melihat arti lain dari apa yang tertulis. Membuat perkiraan tentang konsekuensi atau memperluas persepsi dalam arti waktu, dimensi, kasus, ataupun masalahnya.

Tingkat pemahaman adalah skala kemampuan seseorang mengerti dan memahami suatu ilmu atau informasi yang kemudiandiartikan menurut dirinya sendiri, namun masih berkaitan denganinti dalam ilmu atau informasi yang didapatnya. Sedangkan *E-money* merupakan inovasi salah satu alternatif alat pembayaranselayaknya uang tunai yang memudahkan penggunaannya. Dari beberapa pengertian tersebut dapat diketahui bahwa tingkat pemahaman *Elektronic Money (E-Money)* adalah skalakemampuan seseorang mengerti dan memahami bahwa *e-money* merupakan alat alternatif pembayaran yang kemudian diartikandan dimengerti sendiri.

2.1.2 Indikator Tingkat Pemahaman E-money

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tingkat pemahaman e-money diadaptasi dari Peter dan Jerry C. Olson (2000) Indikator tersebut yaitu:

a Pencarian Informasi

Meliputi pengetahuan konsumen tentang ciri: berupa bentuk ukuran, warna dan ciri khas lain.

b Pemahaman Arti dan Fungsi *E-money*

Dalam hal keterlibatan konsumen memiliki pengaruh besar terhadap motivasi memahami informasi dan pengetahuan konsumen tentang arti, fungsi, manfaat, dimana, serta pada saat kapan suatu produk digunakan.

2.2 Kemanfaatan

2.2.1 Pengertian Kemanfaatan

Kemanfaatan dari suatu produk akan terasa terbatas apabila penggunaan produk tersebut juga terbatas, sehingga kemanfaatan yang dapat dirasakan oleh setiap individu tentunya akan berbeda pula tergantung seberapa sering mereka menggunakannya. Semakin sering seseorang menggunakan suatu produk menunjukkan bahwa ia merasakan kemanfaatan dari produk tersebut. Menurut Prasetyo (2014:3) kemanfaatan adalah derajat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem akan dapat meningkatkan pencapaian dalam pekerjaannya. Kemanfaatan berkaitan dengan produktivitas dan efektivitas kegunaan sistem dalam menyelesaikan tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut (Wedandtha, 2016:403). Menurut Purnama (2012:37) kemanfaatan penggunaan teknologi dapat diketahui dari kepercayaan pengguna untuk menerima teknologi dengan kepercayaan teknologi tersebut akan memberikan manfaat yang positif bagi pengguna.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan adalah tingkat keyakinan dimana seseorang yakin atau percaya pada suatu produk atau sistem yang dapat membantu aktivitas seseorang menjadi lebih efektif dan efisien.

2.2.2 Indikator Kemanfaatan

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kemanfaatan diadaptasi dari Andriyano (2016:5). Indikator tersebut yaitu :

a. Meningkatkan efektivitas

Para pengguna akan merasa e-money meningkatkan efektivitasnya dengan manfaat yang diberikan.

b. Meningkatkan kinerja individu

Penggunaan e-money dapat meningkatkan kinerja dan mempermudah pekerjaan para pengguna.

c. Mampu memberikan manfaat

Penggunaan e-money dapat memberikan dan memberikan banyak keuntungan bagi para pengguna.

2.3 Minat Menggunakan

2.3.1 Pengertian Minat Menggunakan

Menurut Slameto (2010:180) Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterlibatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antar diri sendiri dengan sesuatu dari luar. Menurut Iskandar (2010:48) minat terjadi dari perhatian yang tidak hanya berlangsung sekali dari objek yang dianggap menarik atau berharga bagi dirinya. Dengan kata lain bahwa kecenderungan untuk memiliki dan manipulasi yang dilakukan oleh seseorang lama-lama akan timbullah minat. Menurut Kotler (2012) dalam Ramadhan et,al (2016:135) minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Minat perilaku menurut Jogiyanto (2007:116) dalam Zulhawati dan Ariani (2017:458) adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat tidak selalu statis. Minat dapat berubah dengan berjalannya waktu. Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.

Maka, dapat penulis simpulkan bahwa minat menggunakan merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merencanakan untuk melakukan maupun menggunakan produk e-money.

2.3.2 Indikator Minat Menggunakan

Indikator-indikator untuk mengukur variabel minat diadaptasi dari pengertian minat menurut Iskandar (2010:7), yaitu:

a. Cenderung Menyelidiki (mencari tahu)

Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan, atau objek itu berharga, penting atau berarti bagi individu. Pencarian informasi merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi. Dalam hal ini, konsumen mungkin hanya akan meningkatkan perhatian atau aktif mencari informasi (Sangadji dan Sopiah 2013:37).

b. Memberi Perhatian

Suatu sikap yang berlangsung terus-menerus yang memusatkan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek niatnya.

c. Motivasi

Suatu keadaan motivasi, menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu. Kebanyakan orang termotivasi oleh dorongan yang dirasakan daripada kejadian-kejadian yang terjadi pada masa lalu, serta menyadari apa yang mereka lakukan dan mempunyai pengetahuan atas alasan apa mereka melakukannya (Feist dan Feist 2010:92). Motivasi konsumen mewakili dorongan untuk memuaskan kebutuhan, baik yang bersifat fisiologis maupun psikologis melalui pembelian dan penggunaan suatu produk (Saebani 2015:79).

2.3.1 Unsur Minat

Di dalam minat terkandung unsur-unsur motif dan perhatian, adapun unsur-unsur tersebut mengandung hal-hal dibawah ini Walgito (2001) dalam Azizah (2015:26) :

a. *Awareness* (Kesadaran)

Receiver atau penerima pesan dalam hal ini, konsumen sadar menerima rangsangan berupa pesan yang dikirim oleh komunikator yaitu perusahaan penerbit *e-money* yang menawarkan produknya dan sadar akan kehadiran produk tersebut.

b. *Interest* (Minat)

Bagaimana agar penerima pesan (calon konsumen) berminat ingin tahu lebih jauh. Kesadaran akan meningkat sebagai perhatian dan timbul rasa ingin tahu secara lebih rinci.

c. *Desire* (Keinginan)

Menggerakkan dan membangkitkan keinginan untuk memiliki atau menikmati produk.

d. *Action* (Tindakan)

Tindakan dari calon konsumen untuk memiliki dan menggunakan produk.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
Setyo Wibowo, Dede Rosmauli dan Usep Suhud	Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan <i>e-money card</i> (studi pada pengguna jasa commuterline di jakarta).	Hipotesis (H1,H2,H3,H4) dapat diterima karena keempat variabel tersebut berpengaruh terhadap minat menggunakan produk <i>e-money card</i> secara signifikan.	variabel yang dibahas.
Tri Dian Astuti	Pengaruh persepsi dan pengetahuan produk terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> dalam perspektif ekonomi islam (studi pada dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Raden Intan Lampung).	1)Persepsi konsumen (X1) terhadap minat penggunaan t-cash memiliki pengaruh negatif. 2)Pengetahuan produk (X2) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan t-cash.	Variabel yang diteliti
Sulistyo Utami	Faktor-faktor yang mempengaruhi	Berdasarkan uji F variabel kegunaan, kemudahan, dan	Variabel yang

<p>dan Berlianin gsih Kusuma wati</p>	<p>minat penggunaan E-money.</p>	<p>keamanan secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e- money</i>. Berdasarkan uji t : -variabel kegunaan, kemudahan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e- money</i>. -variabel kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e-money</i>. -variabel kemudahan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e- money</i>.</p>	<p>diteliti</p>
<p>Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo</p>	<p>Persepsi mahasiswa dalam menggunakan <i>e- money</i></p>	<p>H1 bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan. H2 bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan <i>e-money</i>. H3 bahwa persepsi keamanan dan resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat</p>	<p>Variabel yang diteliti.</p>

		mahasiswa untuk menggunakan <i>e-money</i> .	
Fitri Handayani Nur Hakim (2016)	Analisis Potensi dan Preferensi yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menggunakan <i>E-Money</i>	Terdapat beberapa karakteristik yang berpotensi menggunakan <i>e-money</i> . Beberapa karakteristik masyarakat yang dirasa lebih berminat menggunakan <i>e-money</i> yaitu masyarakat berjenis kelamin perempuan, masyarakat yang masih muda karena mengikuti trend, masyarakat dengan pendidikan di atas SMA, serta masyarakat yang memiliki pendapatan yang besar. Kemudian penelitian Fitri Handayani Nur Hakim (2016) menunjukkan bahwa preferensi masyarakat dipengaruhi oleh faktor informasi, manfaat, teknologi dan motivasi memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menggunakan <i>e-money</i> .	Terdapat pada variabel yang digunakan.

2.5 Kerangka Berfikir

1. Pengaruh tingkat pemahaman terhadap minat menggunakan *e-money*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pemahaman adalah proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan. Pemahaman merupakan suatu kegiatan berpikir secara diam-diam dan menemukan dirinya dalam diri orang lain.

Penelitian terdahulu oleh Tri Dian Astuti (2018) menunjukkan bahwa variabel persepsi konsumen (X1) terhadap minat penggunaan t-cash memiliki pengaruh negatif. Variabel pemahaman produk (X2) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan t-cash.

Sebelum memilih atau memiliki suatu hal tentunya seseorang akan mencari informasi terkait hal tersebut. Keingintahuan seseorang tentunya memiliki makna dan maksud tujuan tersendiri baik untuk menambah pengetahuan atau dalam menentukan suatu pilihan. Dapat dikatakan pula apabila masyarakat tertarik dengan *e-money* masyarakat akan mencari tahu dan memahami tentang produk tersebut secara mendalam baik terkait keuntungan yang diberikan, serta cara pemakaiannya, dan hal lainnya.



Gambar 2.1

Hubungan tingkat pemahaman dengan minat menggunakan

Sumber : Dian Astuti 2018

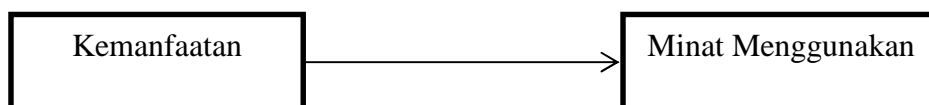
2. Pengaruh kemanfaatan terhadap minat menggunakan *e-money*

Menurut Prasetyo (2014:3) kemanfaatan adalah derajat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem akan dapat meningkatkan pencapaian dalam pekerjaannya.

Menurut Slameto (2010:180) Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterlibatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antar diri sendiri dengan sesuatu dari luar.

Penelitian terdahulu oleh Setyo Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud (2015) bahwa hipotesis persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan(X2), fitur layanan(X3), dan kepercayaan(X4) dapat diterima karena keempat variabel tersebut berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money card* secara signifikan.

Kemanfaatan merupakan salah satu faktor seseorang memilih suatu produk atau kegiatan. Tentunya seseorang akan meragukan memilih produk atau kegiatan yang memiliki sedikit keuntungan dan akan memilih produk dengan keuntungan lebih serta yang bermanfaat bagi dirinya. Dapat dikatakan seseorang akan menggunakan *e-money* pada saat mereka merasa dan percaya bahwa *e-money* memiliki kemanfaatan serta dapat meningkatkan kinerjanya.



Gambar 2.2

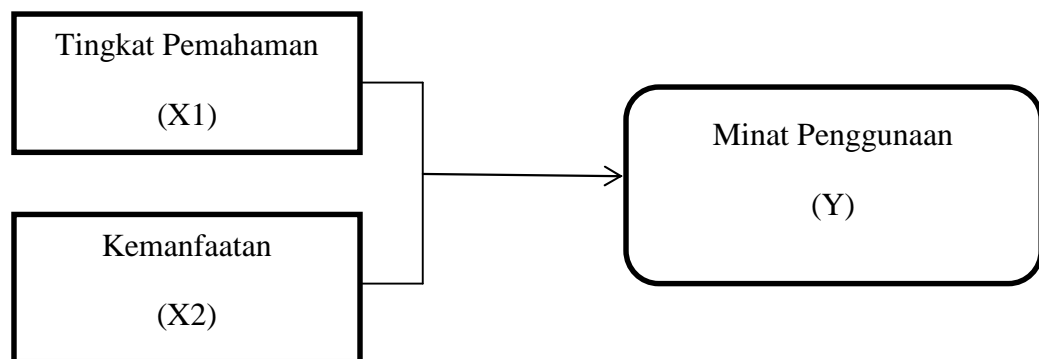
Hubungan kemanfaatan dengan minat menggunakan

Sumber : Wibowo, Rosmauli, dan Suhud 2015

Tingkat pemahaman masyarakat terhadap *e-money* yang semakin luas dapat membuka mata masyarakat bahwa *e-money* merupakan salah satu alternatif pembayaran yang baik diterapkan. Dapat mendorong masyarakat agar tertarik dan

menggunakan *e-money*. Semakin banyaknya kemanfaatan yang diberikan oleh *e-money* kepada masyarakat, maka minat menggunakan *e-money* pun akan semakin banyak pula. Sehingga Tingkat Pemahaman dan Kemanfaatan dapat secara bersamaan mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik atau *e-money* pada masyarakat.

Berdasarkan penjelasan diatas maka kerangka berfikir penelitian dapat dibuat secara sistematis sebagai berikut :



Gambar 2.1

Kerangka Berfikir

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berfikir diatas, maka penulis dapat rumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Tingkat pemahaman berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
2. Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
3. Tingkat pemahaman dan kemanfaatan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Bab III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausalitas serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang digunakan untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel yaitu pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), (Sanusi 2017:14). Penelitian ini akan menganalisis pengaruh tingkat pemahaman dan kemanfaatan terhadap minat menggunakan *e-money*.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah kota Medan. Penelitian ini dilakukan dari bulan oktober 2019 sampai dengan selesai.

3.3 Populasi, Sampel, Dan Metode Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Medan dengan jumlah penduduk $\pm 2.264.145$ jiwa.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.

Menurut Hair et,al (2010:101) jumlah tidak dapat dianalisis jika jumlahnya kurang dari 50, sampel harus berjumlah 100 atau lebih. Untuk itu disarankan ukuran sampel adalah 5-10 kali jumlah variabel yang akan diteliti. Maka dalam penelitian ini ditentukan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = 10 \times (3 \text{ variabel} + 8 \text{ indikator})$$

$$n = 110$$

Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 sampel.

3.3.3 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan tujuan peneliti sesuai dengan kriteria yang ditentukan (Sugiyono 2018:85). Kriteria pengambilan sampel yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Medan yang telah menggunakan produk *e-money*. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan di halaman awal kuesioner apakah pernah menggunakan *e-money*, jika tidak maka dilanjutkan untuk mengisi kuesioner, dan jika ya maka berhenti untuk mengisi kuesioner.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2018:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, memberikan angket secara langsung yang berisi daftar pernyataan kepada beberapa responden untuk dijawab, sehingga dalam pengumpulan tanggapan dan pendapat mereka, dapat ditarik kesimpulan tentang permasalahan yang dihadapi.

3.4.2 Studi Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, jurnal-jurnal dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.5 Defenisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Operasionalisasi	Ukuran
Tingkat Pemahaman (X1)	Tingkat Pemahaman adalah skala kemampuan seseorang mengerti dan memahami suatu ilmu atau informasi yang kemudian diartikan menurut dirinya sendiri namun masih berkaitan dengan inti dalam ilmu atau informasi yang didapatnya.	Tingkat pemahaman dioperasionalkan sebagai ukuran konsumen dalam mengelola keuangan yang diukur dari kemampuan : 1) Pencarian Informasi 2) Pemahaman arti dan fungsi <i>e-money</i> .	Skala Likert
Kemanfaatan (X2)	Kemanfaatan adalah tingkat keyakinan dimanaseseorang yakin atau percaya pada suatu produk atau sistem dapat membantu aktivitas seseorang menjadi lebih efektif dan efisien.	Kemanfaatan dioperasionalkan sebagai ukuran keyakinan konsumen bahwa kemanfaatan <i>e-money</i> dinilai baik yaitu: 1) Meningkatkan Efektivitas 2) Meningkatkan kinerja individu 3) Mampu memberikan manfaat.	Skala Likert
Minat Menggunakan (Y)	Minat penggunaan merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merencanakan untuk melakukan	Minat menggunakan dioperasionalisasikan sebagai ukuran ketertarikan konsumen dalam menggunakan	Skala Likert

	maupun penggunaan produk e-money.	e-money yaitu: 1)Cenderung menyelidiki 2)Memberi perhatian 3)Motivasi	
--	-----------------------------------	--	--

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala likert merupakan skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga kurang setuju. Berikut adalah ukuran dari setiap skor :

Tabel 3.2

Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2018)

3.7 Uji Validitas dan Reabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir-pertanyaan dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *coefficient correlation pearson* dalam SPSS. Uji validitas ini dilakukan dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel. Nilai r dihitung diperoleh dari *output correlate item-total correlation*. Sedangkan nilai r-tabel diambil dengan menggunakan rumus $df=n-2$, yaitu $df = 110-2 = 108$ dengan taraf signifikan 0,05, sehingga menghasilkan r-tabel sebesar 0,187.

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas kuesioner adalah :

- Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka butir pernyataan tersebut adalah valid.
- Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka butir pernyataan tersebut tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil hitungan nilai *crounchback alpha*. Menurut Sekaran (1992) dalam Priyatno (2012) reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif merupakan metode yang dilakukan dengan cara menggunakan data dan mengelompokkan untuk dianalisis, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai fakta-fakta dan sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diteliti secara aktual dan akurat. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan gambaran variabel tingkat pemahaman dan kemanfaatan serta minat menggunakan yang digunakan dalam penelitian supaya menjadi informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas, dapat menganalisis dengan melihat nilai probabilitasnya. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Priyatno, 2012). Pengujian normalitas dilakukan dengan cara:

1. Melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Data sesungguhnya diplotkan sedangkan distribusi normal akan membentuk garis diagonal. Apabila data distribusi normal maka plot data akan mengikuti garis diagonal.
2. Melihat histogram yang membandingkan data sesungguhnya dengan distribusi normal.

3.9.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dengan cara melihat grafik *scatterplot* dan prediksi variabel dependen dengan residunya (Priyatno, 2012:151).

3.10 Metode Analisis Data

3.10.1 Regresi Analisis Berganda

Metode analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (tingkat pemahaman dan kemanfaatan) terhadap variabel terikat (minat menggunakan). Adapun persamaan regresi sampelnya adalah :

$$Y_i = b_0 + b_1 X_{1i} + b_2 X_{2i} + e;$$

$$i = 1, 2, 3, \dots, n$$

Keterangan :

Y = Minat Menggunakan b_0 = Konstanta

X_1 = Tingkat Pemahaman b_1 = Koefisien Regresi Tingkat Pemahaman

X_2 = Kemanfaatan b_2 = Koefisien Regresi Kemanfaatan

e = Error

3.10.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel bebas. Penilaian dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} atau membandingkan angka signifikan dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Apabila signifikan $> \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, yang artinya variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat. Langkah-langkah uji hipotesis penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh tingkat pemahaman terhadap minat menggunakan *e-money*

H1 : $b_1 = 0$ artinya tidak ada pengaruh tingkat pemahaman terhadap minat menggunakan *e-money*.

H1 : $b_1 \neq 0$ artinya ada pengaruh tingkat pemahaman terhadap minat menggunakan *e-money*.

2. Pengaruh kemanfaatan terhadap minat menggunakan *e-money*

H2 : $b_2 = 0$ artinya tidak ada pengaruh kemanfaatan terhadap minat menggunakan *e-money*.

H2 : $b_2 \neq 0$ artinya ada pengaruh kemanfaatan terhadap minat menggunakan *e-money*.

3.10.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan uji serentak untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan (X1) dan kemanfaatan (X2) terhadap variabel minat menggunakan (Y).

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya secara serentak tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel tingkat pengetahuan (X1) dan kemanfaatan (X2) terhadap variabel minat menggunakan (Y).

$$H_1 : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan dari variabel tingkat pengetahuan (X1) dan kemanfaatan (X2) terhadap variabel minat menggunakan (Y).

Kriteria minat menggunakan :

H0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H1 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

3.10.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Untuk mempermudah pengolahan data maka pengujian-pengujian diatas dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS 22,0.