

ANALISIS MINAT PENGGUNAAN LAYANAN *E-MONEY* PADA MASYARAKAT KOTA DENPASAR

Ni Made Dwi Aksami¹
I Made Jember²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
E-mail:dwiaksami12@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui minat pelanggan layanan *e-money* pada masyarakat Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Terdapat dua jenis data dalam penelitian ini yaitu, data kuantitatif dan data kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Dalam penentuan sampel penelitian ini menggunakan formula *Lameshow* untuk populasi yang tidak diketahui. Dari hasil perhitungan didapatkan bahwa sampel berjumlah minimal 100 orang responden yang pernah menggunakan atau memiliki *e-money* dengan domisili di Kota Denpasar. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa pendapatan, aspek manfaat, aspek kemudahan, dan faktor keamanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-money*. Secara parsial pendapatan, aspek manfaat, aspek kemudahan, dan faktor keamanan secara parsial 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*.

Kata Kunci: pendapatan, manfaat, kemudahan, keamanan, *e-money*

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out the interest in subscribing to e-money services in the city of Denpasar. This study uses multiple linear regression analysis techniques. There are two types of data in this study, namely, quantitative data and qualitative data. In determining the sample this study used the Lameshow formula for unknown populations. From the calculation results it was found that the sample amounted to at least 100 respondents who had used or had e-money with domicile in the city of Denpasar. Based on the results of the analysis it was found that income, benefit aspects, convenience aspects, and security factors simultaneously had a significant effect on the interest in using e-money services. Partially income, benefit aspects, convenience aspects, and security factors partially have a positive and significant effect on interest in using e-money services. From the results of the analysis, it was explained that the greater the income, aspects of benefits, aspects of convenience and the security factors obtained fostered interest in using e-money.

Keywords: income, benefits, convenience, security, *e-money*

PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia, salah satu wewenang Bank Indonesia dalam rangka mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran adalah menetapkan penggunaan alat pembayaran. Penetapan penggunaan alat pembayaran ini dimaksudkan agar alat pembayaran yang digunakan dalam masyarakat memenuhi persyaratan keamanan dan efisiensi bagi penggunaannya. Perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi memberi dampak terhadap munculnya inovasi-inovasi baru dalam pembayaran elektronik. Kartu *E-money* dapat digunakan untuk transaksi pembayaran di internet maupun pada *merchant* yang telah bekerja sama dengan bank penerbit kartu *e-money*. Fasilitas-fasilitas umum telah memperkenalkan *e-money* sebagai pembayaran tol, *commuterline*, parkir, *super market* dan masih banyak lagi.

Di Rusia, pasar uang elektronik muncul di awal tahun 2000-an, pada saat ini telah berhasil berkembang di seluruh dunia. Pada saat kemunculan perusahaan Rusia yang terlibat dalam pembayaran elektronik, pengguna Rusia sudah memiliki beberapa gagasan tentang pembayaran tersebut. Setelah tahun 2000, perhitungan menggunakan "uang elektronik" semakin populer. *E-transisi operator* utama uang elektronik adalah *WebMoney*, *Jan-Dex Money*, *QIWI*, dan lain-lain (Bondarenko dan Isaeva, 2016). Menurut Usman (2017) pembayaran non tunai tidak hanya dalam bentuk kartu namun juga dalam bentuk lainnya tersimpan dalam *smartphone*. Penerbitnya tidak hanya bank tetapi juga lembaga selain bank (LSB), seperti perusahaan keuangan, perusahaan telekomunikasi, atau perusahaan

transportasi publik. Beberapa produk uang elektronik diterbitkan bank, antara lain kartu Flazz dari Bank BCA, kartu *e-money* dari Bank Mandiri, kartu Brizzi dari Bank BRI, kartu *TapCash* dari Bank BNI, kartu Jak Card dari Bank DKI Jakarta, Mega Cash dari Bank Mega, Nobu *E-money* dari Bank National Nobu, dan masih banyak lagi. Penggunaan uang elektronik dapat dilakukan melalui ponsel pada seluruh lapisan masyarakat. Layanan uang elektronik melalui ponsel dilakukan oleh perusahaan telekomunikasi, caranya menggunakan nomor ponsel sebagai nomor rekening. Contoh beberapa produk uang elektronik ditawarkan perusahaan telekomunikasi, diantaranya layanan-layanan *T-Cash Tap* dari Telkomsel, XL Tunaiku dari XL Axiata, Flexy Cash dan i-Vas Card dari Telkom, Dompetku Ooredoo dari Indosat (Usman, 2017).

Pemerintah berupaya mengatasi masalah kemacetan (khususnya di Kota Jakarta) meskipun adanya permasalahan sinyal yang dihadapi, salah satunya melalui elektronisasi jalan tol (Thee Kian Wie dan Siwage Dharma Negara, 2010). Bank Indonesia Provinsi Bali mendorong perbankan untuk mengakomodasi pembayaran secara tunai isi ulang uang elektronik (Unik) atau *e-money* untuk memperlancar transaksi khususnya pengguna jasa jalan tol Bali Mandara selain menggunakan kartu debit. Pengguna jasa jalan tol dapat melakukan isi ulang uang elektroniknya pada layanan tanpa turun dari kendaraan atau *drive thru* yang disiapkan PT Jasamarga Bali Tol baik yang bisa dibayar secara tunai atau debit. Layanan tersebut terdapat empat alat isi ulang yang disiapkan oleh empat bank penerbit kartu uang elektronik. *Drive thru* isi ulang di tol yang diklaim pertama di Indonesia itu untuk tahap awal beroperasi mulai pukul

06.00 hingga 21.00 Wita. Sejak adanya penerapan wajib kartu tol (e-tol) pada 1 Oktober 2017, hingga Februari 2018 rata-rata penjualan dan isi ulang uang elektronik mencapai hingga 2.500 per hari (Nusabali.com).

Tabel 1.
Jumlah Instrumen Uang Elektronik di Indonesia Periode 2011-2018

Periode (Tahun)	Jumlah Instrumen (Keping)	Peningkatan (%)
2011	14,299,726	-
2012	21,869,946	52,9%
2013	36,225,373	65,6%
2014	35,738,233	-1,34%
2015	34,314,795	-3,98%
2016	51,204,580	49,2%
2017	90,003,848	75,7%
2018 (Mei)	118,650,970	31,8%

Sumber: Bank Indonesia, 2018

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah instrument *e-money* di Indonesia yang menggambarkan jumlah uang elektronik yang beredar ditangan masyarakat dari tahun ke tahun meningkat walaupun terjadi penurunan pada 2014 dan 2015. Namun pada Mei 2018 terjadi kenaikan sebanyak 118.650.970 keping dari tahun sebelumnya yaitu 90.003.848 keping pada tahun 2017 ini berarti jumlah *e-money* yang beredar meningkat kurang lebih 31,8% dibandingkan tahun sebelumnya.

Dengan adanya alat pembayaran non tunai seperti *e-money* ini yang merupakan bagian dari kebijakan baru dalam sistem pembayaran oleh Bank Indonesia akan mampu mengoptimalkan daya beli masyarakat yang sekaligus berdampak pada meningkatnya perekonomian negara. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka akan meningkatkan pendapatan masyarakat. Melalui peningkatan pendapatan tersebut, kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya menjadi lebih baik (Yasa, 2015). *E-money* memberi kemudahan dan keamanan

terhadap masyarakat hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Rosmauli (2015) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk *e-money card*. Pendapatan yang tinggi juga akan menambah minat pengguna dalam menggunakan produk *e-money*. Jika 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 (Adiyanti, 2015). Konsumsi mencerminkan daya beli suatu masyarakat, maka selama ini pendapatan dianggap sebagai determinan utama dari konsumsi (Manuati, 2015).

Kemudahan dan keamanan yang diberikan salah satunya adalah masyarakat tidak perlu membawa uang tunai secara langsung dalam jumlah yang banyak untuk bertransaksi, yang memberikan rasa nyaman dan aman bagi masyarakat. Hal tersebut adalah kelebihan *e-money* dibanding alat pembayaran lainnya. Dalam penelitian yang dilakukan Utami dan Kusumawati (2017) menjelaskan bahwa keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*. Mentari dan Bendesa (2018) menjelaskan bahwa tingginya angka jumlah uang yang beredar, banyaknya kasus pemalsuan uang, dan besarnya biaya operasional yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia tiap tahun dalam mencetak, menyimpan, mendistribusikan, dan memusnahkan uang menjadi latar belakang Bank Indonesia selaku bank sentral Indonesia mencanangkan gerakan penggunaan instrument non tunai (*Less Cash Society*). *Less Cash Society* (LCS) merujuk pada gaya hidup masyarakat yang cenderung untuk melakukan

transaksi keuangan sehari-hari secara non-tunai (kompas.com). Bank Indonesia memiliki pandangan redaksional yang berbeda tentang pergeseran perilaku bertransaksi non tunai. Transaksi yang mengandalkan instrumen pembayaran elektronik dibanding uang tunai adalah salah satu indikator *less cash society*. Bila mengacu pada tahapan menuju *electronic payment* saat ini Indonesia berada dalam *bulk transition*, yang ditandai adanya beragam instrumen dan *channel* pembayaran, namun penggunaannya masih terbatas (Dewi, 2014).

Ada beberapa kelebihan *e-money* dibanding uang fisik yang dapat memberikan manfaat. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat yang diterima dan diperoleh pengguna *e-money* maka semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan *e-money* (Wibowo dan Rosmauli, 2015). Dapat melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang fisik, dapat melakukan transaksi lebih cepat karena tinggal mengurangi nilai di *e-money* sesuai dengan nilai transaksi, tidak perlu menghitung berlembar uang. 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 praktiknya sangat berbeda dengan harapan dan keinginan pihak perbankan akan penerapan *e-money*. *E-money* ini tidak sepenuhnya digunakan oleh para nasabah. Para pengguna lebih senang untuk melakukan transaksi secara tradisional (tunai). Banyak dari individu yang menganggap dengan menggunakan

*e-money*terlalu besar risiko yang ditimbulkan. Akibatnya, pemanfaatan *e-money* di masyarakat tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dari perusahaan yang menerapkan sistem uang elektronik. Salah satunya adalah belum tersedianya uang elektronik di toko kecil seperti Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sebenarnya memiliki peran dalam menciptakan lapangan kerja, ikut serta dalam penerimaan pajak, memfasilitasi distribusi barang-barang produksi, memiliki kontribusi pada pembangunan sumber daya manusia dan dunia usaha (Wiagustini, dkk). Banyak faktor yang mempengaruhi fitur sistem elektronik baru antara lain, tingkat pengembangan satu negara, keterbukaan terhadap pasar global dan integrasi pasar uang dan komoditas, kemampuan negara untuk menerima tantangan baru yang datang dengan teknologi. Pentingnya tingkat pendidikan dari satu negara agar lebih sering ditekankan (Kamnar, 2014). Untuk kedepannya uang elektronik diharapkan bisa stabil dengan sistem baru yang diwujudkan melalui *trade-off* antar risiko, biaya, responsif, kompleksitas, dan waktu sampai transaksi selesai (Majhi, 2015).

Untuk mengetahui apakah *e-money* tersebut sudah berfungsi sebagaimana mestinya, maka dilakukan analisis minat masyarakat terhadap penggunaan *e-money*. Minat penggunaan pada suatu produk mencerminkan bagaimana pandangan masyarakat terhadap produk tersebut, baik kualitas layanan, manfaat yang didapat, serta keunggulan produk tersebut dari produk lainnya. Melalui minat tersebut juga menggambarkan antusiasme masyarakat terhadap suatu produk. Apakah produk tersebut sudah layak untuk digunakan, dapat memberi pengaruh baik dan dapat berguna serta melayani masyarakat, merupakan hal

yang sangat penting dan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk mengkonsumsi produk tersebut.

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar atau yang dikenal sebagai Ibu Kota Provinsi Bali. Menurut data BPS Provinsi Bali, Kota Denpasar menduduki peringkat pertama dengan rata-rata konsumsi per-kapita sebulan Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota sejak tahun 1997-2016. Berdasarkan Tabel 1.2 dijelaskan bahwa jumlah rata-rata konsumsi per-kapita sebulan Kota Denpasar menduduki peringkat pertama pada tahun 2016 dengan jumlah Rp. 1.560.921, sedangkan pada tahun 2017 Kota Denpasar menduduki peringkat kedua dengan jumlah Rp. 1.966.789, satu tingkat dibawah Kabupaten Badung.

Tabel 2.
Rata-rata Konsumsi per Kapita Sebulan Provinsi Bali
Menurut Kabupaten/Kota, 2016-2017

Kabupaten/Kota	Konsumsi per-kapita 2016 (Rupiah)	Konsumsi per-kapita 2017 (Rupiah)
Jembrana	836.284	916.813
Tabanan	1.060.742	1.099.272
Badung	1.356.604	2.047.529
Gianyar	1.115.179	1.210.671
Klungkung	769.131	801.947
Bangli	882.997	1.003.295
Karangasem	677.704	726.561
Buleleng	772.561	810.532
Kota Denpasar	1.560.921	1.966.789
Provinsi Bali	1.099.561	1.332.085

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2018

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-money* sebagai salah satu alat pembayaran resmi yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia secara tidak langsung berdampak pada konsumsi masyarakat salah

satunya di Kota Denpasar. Dengan bertransaksi menggunakan *e-money* mengindikasikan jumlah konsumsi yang dikeluarkan masyarakat. Semakin banyak transaksi penggunaan *e-money* maka konsumsi juga akan meningkat, maka dari itu Kota Denpasar dipilih sebagai lokasi penelitian karena diharapkan mampu memberikan informasi mengenai persepsi masyarakat Kota Denpasar terhadap minat penggunaan layanan *e-money*. Selain itu Kota Denpasar menjadi pusat berbagai aktivitas, seperti bisnis, perdagangan, maupun pusat pemerintahan. Mobilitas penduduk Denpasar yang dikenal sebagai kota metropolitan di Bali juga sangat cepat mengadopsi adanya teknologi baru dibandingkan daerah lainnya di Bali.

TELAAH LITERATUR

Menurut Braga *et al* (2013) konsumen yang mengetahui apa yang mereka inginkan tidak terlalu memanjakan diri dalam perilaku impulsive, tidak terpengaruh terhadap iklan dan pengaruh penjualan. Biaya lebih rendah dari pencarian oleh konsumen diyakini akan meningkatkan persaingan dan menurunkan margin di industri (Agarwal dan Zang, 2015). Pembelian impulsif dimotivasi oleh pemicu eksternal seperti produk dekat kasir. Sedangkan pembelian kompulsif dimotivasi oleh pemicu internal seperti stres atau kecemasan, dan pembelanjaan merupakan pelarian dari pemicu internal (Koparal dan Calik, 2014).

Niat membeli kembali perlu memfokuskan pada kepuasan pelanggan, karena dengan meningkatkan kepuasan pelanggan maka keinginan untuk membeli kembali akan meningkat pula (Sumartini dkk, 2018). Tidak hanya dibatasi oleh

anggaran, perilaku konsumen dalam memilih serangkaian barang yang dikonsumsi juga dipengaruhi oleh preferensi atau keinginan mengkonsumsi barang. Preferensi konsumen ini dipengaruhi oleh rasa keinginan (Rondhi dan Aji, 2015). Preferensi konsumen dalam berbelanja dapat dikatakan sebagai hasil evaluasi konsumen dalam berbelanja di suatu tempat perbelanjaan sehingga menimbulkan suatu kecenderungan tempat berbelanja (Ayuningsasi, 2013). Ada perlunya masyarakat sadar akan sebab dan akibat dari keputusan konsumsi mereka. Sementara kesadaran tentang mengkonsumsi hal-hal yang perlu saja umumnya diabaikan (Lim *et al*, 2014).

Menyadari ketidak-nyamanan dan inefisien memakai uang kartal, BI berinisiatif dan akan terus mendorong untuk membangun masyarakat yang terbiasa memakai alat pembayaran nontunai atau *Less Cash Society* (LCS). Perlu diketahui bahwa Bank Indonesia bukan semata peduli akan terciptanya efisiensi dalam sistem pembayaran, tapi juga kesetaraan akses hingga ke urusan perlindungan konsumen. Yang dimaksud terciptanya sistem pembayaran, itu artinya memberi kemudahan bagi pengguna untuk memilih metode pembayaran yang dapat diakses ke seluruh wilayah dengan biaya serendah mungkin. Sementara yang dimaksud dengan kesetaraan akses, Bank Indonesia akan memperhatikan penerapan asas kesetaraan dalam penyelenggaraan sistem pembayaran. Sedangkan aspek perlindungan konsumen dimaksudkan penyelenggara wajib mengadopsi asas-asas perlindungan konsumen secara wajar dalam penyelenggaraan sistemnya.

Dalam hal pembayaran, konsumen menentukan pilihan mereka yang sebagian didasarkan pada preferensi pribadi, mereka dibatasi oleh faktor sisi penawaran. Khususnya, biaya, teknologi, regulasi, dan penerimaan pedagang terhadap instrumen pembayaran (atau ketiadaannya) yang membatasi pilihan konsumen tentang cara membayar (Stavins, 2017). Ketika sistem pembayaran dituntut untuk selalu mengakomodir setiap kebutuhan masyarakat dalam hal pemindahan dana secara cepat, aman, dan efisien, maka inovasi-inovasi teknologi sistem pembayaran akan berkembang dengan sangat pesat disertai berbagai fasilitas kemudahan dalam melakukan transaksi (Ramadani, 2016).

E-money tidak memiliki definisi yang diterima secara universal. Hal ini terutama karena ini adalah konsep yang relatif baru, dan sebagian besar kerangka hukum yang mengaturnya masih dalam tahap perkembangannya. Uang elektronik telah didefinisikan secara longgar untuk merujuk pada berbagai mekanisme pembayaran ritel yang dioperasikan menggunakan perangkat elektronik (Tuba, 2014).

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 menjadi 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 penjualan (Chiu dan Wong, 2014).

E-money berbeda dengan kartu kredit yang telah dikembangkan bagi pengguna untuk membayar melalui kartu yang terhubung ke akunnya kapan saja dan di mana saja tanpa uang tunai. Salah satu kerugian menggunakan kartu kredit adalah harus selalu waspada untuk mengelola banyak kartu kredit di dompet (Jung, 2015).

E-money atau uang elektronik adalah suatu alat pembayaran yang dimana mekanismenya menggunakan teknologi guna melancarkan kegiatan jual beli menjadi lebih cepat, tepat, dan efisien. Penggunaan *e-money* hampir sama dengan kartu kredit dan kartu debit, namun pada penggunaan *e-money* masyarakat tidak memerlukan rekening. Masyarakat hanya perlu membeli kartu elektronik kemudian melakukan top-up (isi ulang) saldo dan *e-money* sudah bisa digunakan. *E-money* tidak hanya berbentuk kartu, namun dapat digunakan pada transaksi-transaksi online yang dapat ditemukan pada perusahaan *e-commerce* yang menyediakan layanan *e-money* untuk transaksinya. Sama halnya dengan penggunaan kartu, pada transaksi online juga dilakukan isi ulang saldo yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran.

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 atau menerima kembalian. Selain itu, dengan menggunakan *e-money* tidak ada kesalahan hitung pengembalian uang saat melakukan transaksi. BI telah melaksanakan adanya pendekatan yang lebih hati-hati. Sudah ada perijinan bank dan nonbank untuk uang elektronik, dan memberikan persetujuan peraturan resmi di tahun 2009 (Stapleton, 2013).

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan. Perilaku minat konsumen adalah hasil dari evaluasi terhadap merek atau jasa. Minat Konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkomunikasikan atau bahkan menginginkan suatu produk (Saputra, 2017).

Minat konsumen terhadap produk yang inovatif bisa dianalisis dengan melihat ke sisi internal dan sisi eksternal produk. Sisi internal, di mana itu tergantung pada pengetahuan, kapasitas, sumber daya dan teknologi yang digunakan di perusahaan sementara sisi eksternal adalah kebutuhan konsumen dan harapan pemilik terhadap produk perusahaan (Seng dan Ping, 2016). Menurut Khan (2006) minat adalah prioritas dan preferensi seseorang. Dengan kata lain, minat adalah apa yang mereka anggap penting dan yang orang pertimbangkan pada lingkungannya.

Menurut Rahmatsyah (2011) dalam Wibowo dan Rosmauli (2015) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna

potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.

Adapun dimensi persepsi manfaat sistem bagi pemakainya menurut Davis *et al*(1989) dalam Wibowo dan Rosmauli (2015) yaitu, *productivity* (produktivitas), *job performance atau effectiveness* (kinerja tugas atau efektivitas), *importance to job* (pentingnya bagi tugas), dan *overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan).

Kim *et al* dalam Suhir dkk (2014) mengatakan persepsi manfaat merupakan keyakinan konsumen tentang sejauh mana ia akan menjadi lebih baik dari transaksi *online* dengan situs web tertentu. Persepsi mengenai kegunaan (*usefulness*) ini berdasarkan definisi dari kata *useful* yaitu *capable of being used advantageously*, atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. *Perceived usefulness* sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkat kepercayaan user bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Individu akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaannya.

Konstruk kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) merupakan konstruk tambahan kedua dalam TAM (*Technology Acceptance Model*), yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan bebas dari usaha. Berdasarkan penjelasan di atas,

maka kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan suatu sistem teknologi informasi oleh pengguna berdasarkan tingkat kesulitan penggunaan sistem teknologi informasi tersebut bagi pengguna (Rahman dan Dewantara,2017).

Berdasarkan TAM, pengguna teknologi informasi bertindak rasional ketika mereka memutuskan untuk menggunakan teknologi tersebut. Dengan berlandaskan pada *intention to use* (USE) (niatan untuk menggunakan) sebuah teknologi yang baru ditentukan oleh *perceived usefulness* (PU) (persepsi kegunaan) dari menggunakan teknologi informasi dan juga *perceived ease of use* (PEOU) (persepsi kemudahan) untuk menggunakan dari teknologi informasi yang baru tersebut (Gefen *et al.* 2003 : Priyono, 2017).

Menuurut Dewi dan Warmika (2016) aspek kemudahan memiliki indikator bahwa penggunaannya yang jelas dan mudah dimengerti, flexible, mudah dipelajari, dan tidak menyulitkan pengguna.

Cahyo (2014) menjelaskan bahwa aspek keamanan merupakan hal penting dalam sebuah sistem informasi. Namun akan menjadi masalah besar jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Persepsi keamanan teknologi menunjukkan adanya potensi kekhawatiran dalam menggunakan teknologi (Cheng *et al.*, 2006 : Diana, 2018). Ketika individu

menggunakan sebuah teknologi baru pasti muncul rasa kekhawatiran atas pribadinya terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kekhawatiran ini menjurus pada apakah teknologi baru ini aman akan digunakan atau apakah data pribadi individu pada teknologi baru akan aman.

Saat mengadopsi teknologi baru, terdapat risiko dan ketidakpastian. Terdapat dua bentuk ketidakpastian yang dapat muncul dalam adopsi teknologi baru yaitu, ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*) dan ketidakpastian perilaku (*behavioural uncertainty*) (Pavlou, 2003 : Priyono, 2017). Ketidakpastian lingkungan berasal dari jaringan komunikasi teknologi informasi yang berada di luar kendali pengguna. Bahkan, operator teknologi informasi pun juga sulit untuk mengendalikan.

Menurut Khatimah dan Halim (2014) keamanan adalah salah satu alat untuk membuat konsumen percaya dapat melindungi kekhawatiran yang dapat dibagi lebih kedalam tiga karakteristik seperti integritas, ketersediaan dan kerahasiaan yang digunakan dalam praktek teknis sebagai solusi dan dalam kegiatan manajerial. Dalam Ariani dan Zulhawati (2017) Keamanan merupakan hal penting dalam suatu alat pembayaran, dimana keamanan dalam *e-money* yang rendah menjadi aspek yang perlu diperhatikan penerbit untuk mengembangkan produk *e-money* tersebut. Menurut Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011) faktor keamanan memiliki hubungan positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan dalam penggunaan alat pembayaran. Pengguna *e-money* tidak terlepas dari kejahatan yang mengincar sistem pembayaran uang digital ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar atau yang dikenal sebagai Ibu Kota Provinsi Bali. Kota Denpasar menduduki peringkat pertama dengan rata-rata konsumsi per kapita sebulan Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota sejak tahun 1997-2016. Semakin banyak transaksi penggunaan *e-money* maka konsumsi juga akan meningkat, maka dari itu Kota Denpasar dipilih sebagai lokasi penelitian karena diharapkan mampu memberikan informasi mengenai persepsi masyarakat Kota Denpasar terhadap minat penggunaan layanan *e-money*.

Variabel independen (bebas) yang akan diteliti pada penelitian ini adalah pendapatan (X1), aspek manfaat (X2), aspek kemudahan (X3), dan faktor keamanan (X4). Variabel dependen (terikat) adalah Minat penggunaan *E-money* (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Denpasar yang memiliki atau pernah menggunakan *e-money*. 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. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Denpasar yang memenuhi kriteria sebagai responden dengan penentuan pernah menggunakan atau memiliki *e-money*. Dalam penentuan sampel ini menggunakan formula Lameshow untuk populasi yang tidak diketahui.

$$n = \frac{z^2 \times p(1-p)}{d^2} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- n = jumlah sampel
- z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
- p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah $96,04 = 100$ orang (dibulatkan), sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah minimal 100 orang.

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, maka analisa statistik yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

- Y = Minat penggunaan *e-money*
- b0 = Intercept
- b1 = Koefisiensi Regresi Pendapatan
- b2 = Koefisien Regresi Aspek Manfaat
- b3 = Koefisien Regresi Aspek Kemudahan
- b4 = Koefisien Regresi Faktor Keamanan
- X1 = Pendapatan
- X2 = Aspek Manfaat
- X3 = Aspek Kemanfaatan
- X4 = Faktor Keamanan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden atau sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Denpasar yang pernah menggunakan atau memiliki *e-money*. Sampel yang digunakan adalah minimal 100 orang tetapi responden yang didapat pada saat penyebaran kuesioner berjumlah 118 orang, sehingga seluruh responden sebanyak 118 orang digunakan sebagai sampel.

Tabel 3.
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	60	50,85
Perempuan	58	49,15
Total	118 orang	100 %

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3 jumlah responden yang didapat adalah laki-laki berjumlah 60 orang dan perempuan 58 orang perbandingan jumlah laki-laki dan perempuan hampir setara.

Tabel 4.
Karakteristik Responden berdasarkan Asal Domisili

Asal domisili	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Denpasar Barat	30	25,42
Denpasar Selatan	27	22,88
Denpasar Timur	37	31,36
Denpasar Utara	24	20,34
Total	118 orang	100 %

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4 jumlah responden tertinggi berasal dari Denpasar Timur sebanyak 37 orang dan terendah yaitu Denpasar Utara sebanyak 24 orang, namun perbedaan jumlah responden antar 4 kecamatan ini tidak terlalu drastis dan hampir setara.

Tabel 5.
Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< 20	10	8,47
21-30	99	83,90
31-40	7	5,93
>40	2	1,70
Total	118 orang	100 %

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 5 Responden dengan rentan usia 21-30 lebih mendominasi, hal ini dikarenakan pada usia tersebut dapat dikatakan usia yang sangat produktif dan masih semangat untuk mempelajari dan menggunakan produk-produk atau teknologi baru.

Tabel 6.
Intensitas Penggunaan E-Money

Intensitas penggunaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Per-hari	20	16,95
Per-minggu	7	5,93
Per-bulan	20	16,95
Per-tahun	2	1,70
Tidak menentu	69	58,47
Total	118 orang	100 %

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 6 diketahui intensitas penggunaan *e-money* cenderung tidak menentu dengan jumlah 69 orang responden. Meskipun intensitasnya tidak menentu tetapi masyarakat masih tergolong aktif dalam penggunaan *e-money* yang dimana dapat digunakan sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat itu.

Tabel 7.
Pengalaman Penggunaan *E-money*

Pengalaman penggunaan (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< 1	50	42,38
1-2	34	28,81
>2	34	28,81
Total	118 orang	100 %

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 7 menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan *e-money* didominasi oleh penggunaan kurang dari 1 tahun yaitu 50 orang responden. Penggunaan 1-2 tahun dan lebih dari 2 tahun memiliki jumlah yang setara yaitu sebanyak 34 responden.

Tabel 8.
Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	61	51,70
Karyawan Swasta	36	30,51
Wirausaha	12	10,17
Pegawai Negeri Sipil	6	5,08
Ibu Rumah Tangga	1	0,84
Lain-lain	2	1,70
Total	118 orang	100 %

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 8 didapatkan bahwa pekerjaan responden paling banyak didominasi oleh pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 61 responden, sedangkan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga memiliki jumlah yang paling sedikit yaitu berjumlah 1 responden

Tabel 9.
Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran Per-bulan

Pengeluaran (Rupiah)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< 500.000	10	8,47
500.000-2.000.000	66	55,93
2.000.000-3.000.000	23	19,50
3.000.000-5.000.000	12	10,17
> 5.000.000	7	5,93
Total	118 orang	100 %

*Sumber:*Data diolah, 2018

Tabel 9 menjelaskan bahwa responden dengan pengeluaran terbanyak adalah sebesar Rp.500.000-Rp. 2.000.000, sedangkan pengeluaran dengan jumlah <500.000 paling rendah dimiliki oleh responden.

Tabel 8.
Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan Per-bulan

Pendapatan (Rupiah)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< 500.000	10	8,47
500.000-2.000.000	42	35,59
2.000.000-3.000.000	29	24,58
3.000.000-5.000.000	19	16,11
> 5.000.000	18	15,25
Total	118 orang	100 %

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 8 menjelaskan bahwa pendapatan sebesar Rp.500.000-Rp. 2.000.000 paling banyak dimiliki oleh responden, sedangkan jumlah pendapatan dengan jumlah responden paling rendah adalah sebesar kurang dari Rp. 500.000.

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, maka analisa statistik yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Tabel 9.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	-.032	1.367		.981
Pendapatan	.452	.138	.213	.001
Aspek manfaat	.286	.108	.259	.009
Aspek kemudahan	.216	.106	.214	.045
Faktor keamanan	.292	.069	.303	.000

Sumber: Data diolah, 2018

Persamaan regresi :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 \dots \dots \dots (2)$$

$$Y = -0.032 + 0.452 X_1 + 0.268 X_2 + 0.216 X_3 + 0.292 X_4$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat diuraikan koefisien regresi variabel pendapatan (X1) terhadap minat penggunaan *e-money* (Y) sebesar 0.452 memiliki arti bahwa apabila jumlah pendapatan meningkat 1 persen maka minat penggunaan *e-money* pada masyarakat Kota Denpasar meningkat sebesar 0.452 persen dengan asumsi variabel pendapatan dan minat penggunaan *e-money* konstan. Hal ini berarti persepsi masyarakat mengenai pendapatan terhadap minat penggunaan *e-money* bersifat positif.

Variabel aspek manfaat (X2) terhadap minat penggunaan *e-money* (Y) sebesar 0.268 memiliki arti bahwa apabila aspek manfaat meningkat 1 persen maka minat penggunaan *e-money* pada masyarakat Kota Denpasar meningkat sebesar 0.268 persen dengan asumsi variabel aspek manfaat dan minat penggunaan *e-money* konstan. Ini berarti aspek manfaat yang dirasakan masyarakat terhadap minat penggunaan *e-money* bersifat positif.

Variabel aspek kemudahan (X3) terhadap minat penggunaan *e-money* (Y) sebesar 0.216 memiliki arti bahwa apabila jumlah pendapatan meningkat 1 persen maka minat penggunaan *e-money* pada masyarakat Kota Denpasar meningkat

sebesar 0.216 persen dengan asumsi variabel aspek kemudahan dan minat penggunaan *e-money* konstan. Ini berarti aspek kemudahan yang dirasakan masyarakat terhadap minat penggunaan layanan *e-money* bersifat positif.

Variabel faktor keamanan (X4) terhadap minat penggunaan *e-money* (Y) sebesar 0.292 memiliki arti bahwa apabila jumlah pendapatan meningkat 1 poin maka minat penggunaan *e-money* pada masyarakat Kota Denpasar meningkat sebesar 0.292 poin dengan asumsi variabel faktor keamanan dan minat penggunaan *e-money* konstan. Ini berarti keamanan yang dirasakan masyarakat terhadap minat penggunaan layanan *e-money* bersifat positif.

Uji Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 10.
Hasil uji determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.647	.635	1.899

Sumber: Data diolah, 2018

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R*² adalah 0.635. Hal ini berarti bahwa 63.5% variabel minat penggunaan *e-money* mampu dijelaskan oleh variabel independen pendapatan, aspek manfaat, aspek kemudahan, dan faktor keamanan. Sedangkan sisanya sebesar 37.5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel masing-masing independen terhadap suatu variabel dependen.

Tabel 11.
Hasil uji f (Uji signifikansi simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	746.642	4	186.661	51.784	.000 ^a
Residual	407.324	113	3.605		
Total	1153.966	117			

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 5 diketahui nilai sig. sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Karena sig. 0.000 < (α) 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa Pendapatan (X1), Aspek manfaat (X2), Aspek kemudahan (X3), dan Faktor keamanan (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan *e-money* (Y).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-money* yang berarti apabila persepsi mengenai pendapatan tinggi maka minat penggunaan layanan *e-money* akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adiyanti (2015), jika 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.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-money*, yang berarti apabila manfaat yang didapatkan tinggi maka minat penggunaan layanan *e-money* akan

meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat yang diterima dan diperoleh pengguna *e-money* maka semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan *e-money* (Wibowo dan Rosmauli, 2015).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-money*, yang berarti apabila kemudahan yang didapatkan maka minat penggunaan layanan *e-money* akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian Wibowo dan Rosmauli (2015) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk *e-money card*. Dengan kemudahan yang didapatkan maka keberadaan *e-money* memberi keuntungan dan dapat diterima di masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-money*, yang berarti apabila keamanan yang didapatkan tinggi maka minat penggunaan layanan *e-money* akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Utami dan Kusumawati (2017) menjelaskan bahwa keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*. Dengan keamanan yang didapatkan masyarakat, maka dalam bertransaksi menimbulkan perasaan aman dan nyaman bagi masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dalam pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat diperoleh simpulan bahwa 63.5 persen variabel minat penggunaan *e-money* mampu dijelaskan oleh variabel independen

pendapatan, aspek manfaat, aspek kemudahan, dan faktor keamanan. Sedangkan sisanya sebesar 37.5 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Variabel pendapatan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Artinya dengan besaran pendapatan yang dimiliki saat ini, maka masyarakat berminat menggunakan *e-money* dan akan menggunakan *e-money* sesuai dengan pendapatan yang dimiliki. Hal ini juga menunjukkan semakin besar pendapatan maka minat penggunaan *e-money* pada masyarakat akan meningkat.

Variabel aspek manfaat (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Artinya semakin besar manfaat yang dirasakan oleh masyarakat maka minat penggunaan *e-money* akan meningkat.

Variabel aspek kemudahan (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Artinya jika semakin tinggi kemudahan yang didapatkan masyarakat dalam menggunakan *e-money* maka minat penggunaan *e-money* akan meningkat.

Variabel faktor keamanan (X4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Artinya jika semakin tinggi keamanan yang dirasakan dalam menggunakan *e-money* maka minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* akan meningkat.

Hasil uji analisis signifikansi F diperoleh bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya pendapatan (X1), aspek manfaat (X2), Aspek kemudahan (X3), dan faktor keamanan (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* (Y).

Bagi para penerbit *e-money* sebaiknya lebih mengoptimalkan keamanan pada *e-money* yang merupakan salah satu faktor penting pendukung minat masyarakat dalam menggunakan *e-money*. Karena ada beberapa hal yang menyebabkan keamanan pada *e-money* akan menjadi sangat riskan, salah satunya adalah jika kartu *e-money* hilang uang yang ada didalam kartu atau saldo yang dimiliki masyarakat juga ikut hilang karena kartu tidak dapat diblokir seperti halnya penggunaan kartu kredit dan kartu debit. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para penerbit untuk semakin meningkatkan kualitas *e-money* baik faktor keamanan, manfaat maupun kemudahan yang didapatkan sejalan dengan akan banyaknya pengguna *e-money* yang meningkat setiap saat.

Bagi masyarakat dengan adanya *e-money* mampu membantu masyarakat dalam hal bertransaksi menjadi lebih mudah, efisien, dan aman, serta membantu pemerintah dan Bank Indonesia dalam melaksanakan kebijakan *less cash society* (kegiatan bertransaksi tanpa uang tunai) yang dimana bertujuan untuk melancarkan dan memberikan kepastian bagi masyarakat untuk bertransaksi yang kemudian dapat menstimulasi gairah aktivitas perekonomian. Sehingga diharapkan dengan adanya beberapa faktor seperti pendapatan, manfaat, kemudahan dan keamanan tetap menjadikan *e-money* sebagai salah satu pilihan masyarakat dalam melakukan transaksi.

REFERENSI

Adiyanti , Arsita Ika. 2015.Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-money*(Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. 3 (1).

- Agarwal, Sumit dan Jian Zhang. 2015. *A review of credit card literature: perspectives from consumers*. National University of Singapore.
- Ariani, M dan Zulhawati, 2016. *Effect of Easy Transaction, Cosumer Interests, and Systems Security Level Measures Against Fraud Online Shopping in Lazada*. 10 (12) , pp. 187–206.
- Awan, Prof.Dr.Abdul Ghafoor dan Syeda Zuriat-ul-Zahra. 2014. *Impact Of Innovations On Consumers' Behaviour: A Case Study OfPak Electron Limited*.European Journal of Business and Innovation Research. 2 (6), pp.93-108.
- Ayuningsasi, Anak Agung ketut. 2013. Analisis Faktor Penentu Prefrensi Konsumen Dalam Berbelanja ke Pasar Traditional di Kota Denpasar: Analisis Faktor. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan. 6 (1) 41-45.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2018
- Bondarenko, Tatiana G. and Isaeva, Ekaterina A. 2016. *Electronic money in Russia: the currentstate and problems of development. Statistical and economic*. 13 (5).
- Braga, Farah Diba Abrantes, Giuliana Isabella, dan José Afonso Mazzon. 2013. *Do Digital Wallets as a Payment Method Influence Consumer in Their Buying Behavior?*. Rio De Janeiro.
- Cahyo, Wanandi Yoso Hanur. 2014. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan,Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Online Banking* Pada Mahasiswa S1Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Thesis S1Program Studi Akuntansi*. Fakultas EkonomiUniversitas Negeri Yogyakarta.
- Chiu, Jonathan dan Tsz-Nga Wong. 2014. *E-money: Efficiency, Stability and Optimal Policy*.Bank of Canada Working Paper.
- Dana, Aji Satya. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Kualitas Pelayanan, Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Beli Produk Jasa Hiburan Dan Rekreasi Di Provinsi Yogyakarta. Universitas Yogyakarta.
- Dewi, Ni Made Ari Puspita dan I Gde KtWarmika. 2016. Peran Persepsi Kemudahan Penggunan, Persepsi Manfaat Dan Perspsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* Di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud. 5 (4). ISSN : 2302-89122606.
- Diana, Nur. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan *Electronic Money* Di Indonesia.Universita Islam Indonesia.

- Dirk, Hinnerk Fischer. 2017. *How Tracking of Electronic Money might Improve Financial Market Crisis Intervention. Management* 12 (4) : 301–316.
- Fauzia, Amalianti Fitri. 2016. Pengaruh Usia, Pendapatan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Kartu Debet Untuk Bertransaksi Non Tunai (Studi Kasus Masyarakat Kota Surakarta). *Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.
- Jung, Min Soo. 2015. *A Study on Electronic-Money Technology Using Near Field Communication. Journal Symmetry*. 7 (1-4) .ISSN 2073-8994.
- Kamnar, Neda PopovskaMSc. 2014. *The Use Of Electronic Money And Its Impact On Monetary Policy. JCEBI*. 1 (2) .
- Khan, M., 2006. *Consumer Behaviour and Advertising Management. New Age International (P) Limited, Publisher. New Delhi*.
- Khatimah, Husnil and Halim, Fairol. 2014. *Fairol Consumers' Intention to Use e-money in Indonesia Based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*. 8 (12).
- Koparal, Celil dan Nuri Çalık. 2014. *Bank credit card usage behavior of individuals; are credit cards considered as status symbols or are they really threats to consumers' budgets? A field study from Eskisehir, Turkey. International Journal of Social Sciences*. 3 (4).
- Lim, Weng Marc *et al* . 2014. *Understanding Young Consumer Perceptions on Credit Card Usage: Implications for Responsible Consumption. Contemporary Management Research*. 10 (4) .Pages 287-302.
- Manuati, I Gusti Ayu Dewi. 2015. Pengaruh Pendapatan Pada Konsumsi di Indonesia: Pengembangan Model Teoritis dan Pemilihan Model Empiris. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. 8 (1) 24-33.
- Majhi, G Panda, P. K. Dash. 2015. *Electronic Money: An Essence of E-Commerce. Bulletins of Indonesia Economics Studies*.
- Mentari, Adinda Cahaya dan Prof. Dr. I. K. G., Bendesa M.A.D.E. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dalam Menggunakan Uang Elektronik. Di Kota Denpasar, Provinsi Bali. *E-Jurnal Ep Unud*. 7 (4).
- Mubyarto. 2005. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.

- Priyono, Anjar. 2017. Analisis Pengaruh *Trust* Dan *Risk* Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik *Go-Pay*.Junal Siasat Bisnis. 21 (1).
- Rahman, Abdul dan Dewantara, Rizki Yudhi.2017.Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan TeknologiInformasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli *Online* (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”).Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 52 (1).
- Ramadani,Laila. 2016. Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (EMoney) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. JESP. 8 (1).
ISSN (P) 2086-1575 E-ISSN 2502-7115.
- Raman, Arasu., & Viswanathan, A. (2011). “*Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer*”. IJCA Special Issue on:Wireless Information Networks & Business Information System, hal.54- 60.
- Rondhi, M dan Aji, Joni Murti Mulyo. 2015. Ekonomi Mikro:Pendekatan Praktis dan Lugas. Jember University Press.Jember.
- Saputra, Hendra.2017. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada PT. Samudranesia *Tour And Travel* Pekanbaru). JOM FISIP Vol. 4 (1).
- Stapleton, T. 2013. *Unlocking the Transformative Potential of Branchless Bankingin Indonesia*. Bulletin of Indonesian Economic Studies. 49 (3).
- Suhir, Moch. Imam Suyadi dan Riyadi. 2014. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.kaskus.co.id). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 8 (1).
- Sumartini, Ade Ruly. I Gusti Ayu Ketut Giantari dan Putu Yudi Setiawana. 2018. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Hubungan Pengalaman Berbelanja Secara *Online* Dengan Perilaku Pasca Pembelian. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan.11 (1). 91-101.
- Stavins, Joana. 2017. *How Do Consumers Make Their Payment Choices?*. Federal Research Bank Of Boston. 1 (17).
- Thee Kian Wie dan Siwage Dharma Negara. 2010. Survey Recent Developments. Bulletin of Indonesian Economic Studies Vol.46, No. 3.
- Tuba, MD. 2014. *The Regulation Of Electronic Money Institutions In The Sadc Region: Some Lessons From The EU*. Journal PER/PELJ. 17 (2) .ISSN 1727-3781.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia.

Usman, Rachmadi. 2017. *Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran*. Yuridika. 32 (1).

Utami, Sulisty Seti dan Berlianingsih Kusumawati. Juli 2017. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat penggunaan *E-money* (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Jurnal Balance*. 14 (2).

Wiagustini, Ni Luh Putu, I Ketut Mustanda, Luh Gede Meydianawathi, Nyoman Abundanti. 2017. Potensi Pengembangan Investasi Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* Vol.10 No.2.

Wibowo, Setyo Ferry dan DedeRosmauli. 2015. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-moneyCard (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. 6 (1).

Yasa, I Komang Oka Artana dan Sudarsana Arka. 2015. "Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Disparitas Pendapatan Antardaerah Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Provinsi Bali". *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* Vol.8 No.1.