

Determinan Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Akademi Pariwisata Denpasar

I Wayan Wirawan^{1*} | I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi²

Wirawan, I. W., & Dewi, I. G. A. R. P. (2024). Determinan Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Akademi Pariwisata Denpasar. *Wacana Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 23(2), 195-205

1. Akademi Pariwisata Denpasar, Bali, Indonesia
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Bali, Indonesia

Correspondence addressed to:
I Wayan Wirawan, Akademi Pariwisata
Denpasar, Bali, Indonesia
Email address:
wayanmebalik@gmail.com

Abstract. *This study aims to empirically test the influence of perceived benefits, perceived ease of use, service features, and security on the interest in using e-money among students of the Denpasar Tourism Academy. Perceived benefits, perceived ease of use, service features, and security as independent variables and interest in using e-money as dependent variables. The type of research used is quantitative research using questionnaire data collection methods and purposive sampling techniques. The number of samples used in this study was 100 respondents with the sample used being e-money users at Akademi Pariwisata. The data analysis method used is multiple linear regression analysis using Stata Version. The results of this study indicate that perceived benefits, perceived ease of use, and security have a positive and significant effect on interest in using e-money. This means that the more benefits, ease of use, service features, and security are felt, the greater the interest in using e-money.*

Keywords: *Perceived benefits; perceived ease of use; service features; security; interest in using e-money.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi menjadi semakin pesat di era globalisasi yang membuat gaya hidup masyarakat kian berubah dan semakin bergantung terhadap keberadaan teknologi. Dengan adanya teknologi informasi ini, membuat segalanya menjadi lebih efektif dan efisien dalam berbagai sektor yang tentunya memudahkan masyarakat dalam kegiatan sehari-harinya. Salah satu sektor yang terdampak teknologi informasi adalah sektor keuangan. Perkembangan teknologi di sektor keuangan mengakibatkan perubahan pada alat pembayaran. Masyarakat yang dulu umumnya menggunakan uang tunai sebagai pembayaran, kini mulai beralih ke pembayaran non tunai atau yang disebut dengan uang elektronik (e-money).

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 uang elektronik (e-money) adalah instrumen pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit. Nilai uang ini disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana. Uang elektronik (e-money) telah ada di Indonesia sejak tahun 2009 yang disahkan melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (e-money). Menurut Candraditya dan Idris (2013) dalam Ishaq (2020) perkembangan uang elektronik masih tergolong



This article published by Universitas Warmadewa is open access under the term of the Creative Common, CC-BY-SA license

produk baru di Indonesia, akan tetapi Bank Indonesia mendukung hal tersebut sebagai upaya untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang *cashless society*. Masyarakat diharapkan tidak mengandalkan uang tunai lagi, tetapi sudah menggunakan uang elektronik, baik dalam bentuk kartu (*chip*) maupun dilakukan secara elektronik (*server*) dalam transaksi keuangan di masa depan. Dengan terciptanya ekosistem *cashless society* dapat meningkatkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Bank Indonesia (BI) telah mencanangkan GNNT pada tanggal 14 Agustus 2014 dengan tujuan meningkatkan keamanan, efisiensi, dan kelancaran sistem pembayaran. Hal ini diharapkan dapat mendorong sistem keuangan nasional untuk beroperasi dengan lebih baik, serta mengurangi masalah yang biasa terjadi dalam transaksi dengan uang tunai, seperti uang rusak atau tidak dapat diterima, mengurangi kebutuhan membawa uang tunai dalam jumlah besar, dan mencegah kesalahan perhitungan (bi.go.id).

Perkembangan uang elektronik (*e-money*) di Indonesia ditandai dengan banyaknya penyedia layanan *e-money*. Menurut Bank Indonesia dalam Marchelina & Pratiwi (2019) diantaranya adalah Bank Mandiri yang memiliki tiga jenis *e-money*, yaitu Indomaret Card untuk bertransaksi di Indomaret, GazCard untuk membeli bahan bakar minyak di Pertamina, dan E-Toll untuk membayar akses tol. Selain itu, Bank BCA dengan produknya Flazz berupa kartu dan Sakuku yang dapat digunakan melalui media *smartphone*, Bank BNI dengan TapCash yang mirip penggunaannya dengan Flazz, Bank Pertama dengan BBM Money yang bisa digunakan untuk membayar tagihan listrik, mengirim uang ke bank lain, dan menarik uang dari ATM Bank Pertama. Dari sisi operator seluler juga sebagai penyedia layanan *e-money*, yaitu Telkomsel dengan layanan T-Cash yang memanfaatkan teknologi NFC pada *smartphone*, XL dengan produk Tunaiku, serta Indosat Ooredoo dengan produk Dompetku. Sementara layanan *e-money* berdasarkan server, yaitu Linkaja, OVO Cash, Gopay, Dana, dan ShopeePay (djkn.kemenkeu.go.id).

Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi uang elektronik (*e-money*) pada tahun 2022 mencapai Rp1.177.797 miliar yang melonjak tinggi dari tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2018 nilai transaksi *e-money* sebesar Rp106.780 miliar, 2019 sebesar Rp473.443 miliar, 2020 sebesar Rp504.956 miliar, dan 2021 sebesar Rp786.454 miliar (bi.go.id). Hal tersebut menunjukkan bahwa uang elektronik (*e-money*) sudah dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai alat transaksi untuk membantu kegiatan sehari-hari.

Menurut Ainiyah et al. (2023) mahasiswa memiliki potensi besar sebagai segmen pasar untuk menggunakan *e-money* karena mereka termasuk generasi milenial yang melek dan terampil dalam teknologi. Penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi dapat dijelaskan pada model penerimaan teknologi informasi atau *Technology Acceptance Model (TAM)* (Jogiyanto, 2007) dalam (Marchelina & Pratiwi, 2019). Pada teori tersebut menurut Wicaksono (2022) terdapat dua faktor utama dalam adopsi teknologi, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Menurut Davis (1989) Persepsi manfaat adalah kecenderungan seseorang akan menggunakan teknologi berdasarkan kepercayaan bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerja seseorang dalam bekerja. Sedangkan, persepsi kemudahan adalah kepercayaan seseorang tentang penggunaan teknologi yang dapat memudahkan kegiatannya (Jogiyanto, 2007) dalam (Prasetya & Putra, 2020). Adanya manfaat dan kemudahan menjadi pendorong minat menggunakan *e-money*. Selain itu, fitur layanan juga diperhatikan dalam pemilihan penggunaan produk *e-money*. Fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk, sehingga dengan adanya fitur ini, ketika ingin memilih suatu produk, maka akan melihat fitur yang diinginkan terlebih dahulu (Schmitt, 2010) dalam (Abrilia & Sudarwanto, 2020). Keamanan juga menjadi faktor penting pendorong minat penggunaan *e-money*. Menurut Afolo & Dewi (2022) dalam Amelina & Sa'diyah (2023) *e-money* akan dianggap baik jika mampu memberikan jaminan keamanan selama proses penggunaan *e-money*. Sementara, minat dalam menggunakan *e-money* dapat dilihat dari jumlah *e-money* yang beredar. Berikut data uang elektronik (*e-money*) yang beredar di masyarakat Indonesia 5 tahun terakhir:

Tabel 1. Jumlah *E-Money* yang Beredar

Tahun	Jumlah Kartu/ <i>Instrumen E-money</i> yang Beredar (Dalam Jutaan Unit)
2018	167,21
2019	292,30
2020	432,28
2021	575,32
2022	730,70

Sumber: Bank Indonesia, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa e-money yang beredar mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa di kalangan masyarakat pada umumnya dan mahasiswa khususnya telah menggunakan e-money pada transaksi keuangannya. Begitu juga halnya di lingkungan mahasiswa Akademi Pariwisata.

Mengingat saat ini jumlah instrumen dan nilai transaksi e-money di Indonesia meningkat tiap tahunnya, tetapi di lingkungan mahasiswa Akademi Pariwisata e-money belum diterapkan secara keseluruhan dalam kegiatan transaksi sehari-hari. Artinya, terdapat ketidaksesuaian antara peningkatan penggunaan e-money yang signifikan dengan kenyataan bahwa transaksi oleh mahasiswa sebagian besar masih menggunakan uang tunai karena pengguna e-money beranggapan bahwa e-money memberikan celah tersendiri bagi orang lain untuk melakukan tindak kriminal sehingga pengguna masih meragukan sistem keamanan dari e-money. Meskipun e-money menawarkan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dalam bertransaksi, tetapi masih banyak mahasiswa yang memilih menggunakan uang tunai untuk transaksi keuangannya. Hal ini disebabkan kurangnya informasi yang disosialisasikan dari masing-masing penyedia e-money dan terbatasnya tempat yang menerima pembayaran dengan e-money. Masalah semakin kompleks karena beberapa pengguna e-money merasa tidak aman akibat meningkatnya kejahatan dan beragamnya jenis tindak kriminal yang terjadi (Marchelina & Pratiwi, 2019). Berdasarkan hal tersebut, perlu dipastikan faktor apa saja yang dapat memengaruhi minat penggunaan e-money pada mahasiswa Akademi Pariwisata.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya mengenai minat penggunaan e-money, seperti yang dilakukan oleh (Cahyono & Adha, 2022; Damanik & Efriyenti, 2023; Prasetya & Putra, 2020; Ridhawati et al., 2023; Rufaidah et al., 2023) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Sedangkan, hasil yang berbeda didapat dari penelitian (Andi et al., 2023; Ernawati & Noersanti, 2020; Fatonah & Hendratmoko, 2020; Kurnianingsih & Maharani, 2020; Marchelina & Pratiwi, 2019; Sa'diyah & Amelina, 2023; Sati & Ramaditya, 2020) menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money. Penelitian yang dilakukan oleh (Andi et al., 2023; Cahyono & Adha, 2022; Damanik & Efriyenti, 2023; Marchelina & Pratiwi, 2019; Prasetya & Putra, 2020; Putri et al., 2021; Rufaidah et al., 2023; Saraswati & Mardhiyah, 2022; Sati & Ramaditya, 2020; Umaningsih & Wardani, 2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Sedangkan, hasil yang berbeda didapat dari penelitian (Ernawati & Noersanti, 2020; Kurnianingsih & Maharani, 2020; Zulfikar & Apriliyati, 2022) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fatonah & Hendratmoko, 2020; Marchelina & Pratiwi, 2019; Prasetya & Putra, 2020; Ridhawati et al., 2023) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Sedangkan, hasil yang berbeda didapat dari penelitian (Kurnianingsih & Maharani, 2020; Zulfikar & Apriliyati, 2022) yang menyatakan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Cahyono & Adha, 2022; Putri et al., 2021; Rufaidah et al., 2023; Saraswati & Mardhiyah, 2022; Umaningsih & Wardani, 2020) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Sedangkan, hasil yang berbeda didapat dari

penelitian (Amelina & Sa'diyah, 2023; Andi et al., 2023; Zulfikar & Apriliyati, 2022) menyatakan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money.

Dari hasil penelitian sebelumnya, terlihat bahwa hasil penelitian bervariasi antara penelitian yang satu dan yang lainnya, artinya terjadi inkonsistensi hasil penelitian terdahulu. Oleh karena itu, penelitian baru menjadi penting untuk membuktikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Dengan adanya *research gap* dan *research problem* maka diperlukan adanya penelitian yang memberikan jawaban mengenai variabel apa saja yang memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan e-money. Dengan demikian, penelitian terbaru dapat memberikan kontribusi yang segar dalam membahas isu-isu penelitian ini.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui dan meneliti lebih dalam mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan fitur layanan terhadap minat penggunaan e-money. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu variabel yang diuji dalam penelitian ini secara komprehensif menguji beberapa variabel (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan) yang dapat memengaruhi minat penggunaan e-money, sedangkan pada penelitian sebelumnya belum penulis temukan diteliti sekaligus serta juga tempat penelitian ini dilakukan di Akademi Pariwisata.

Tinjauan Pustaka

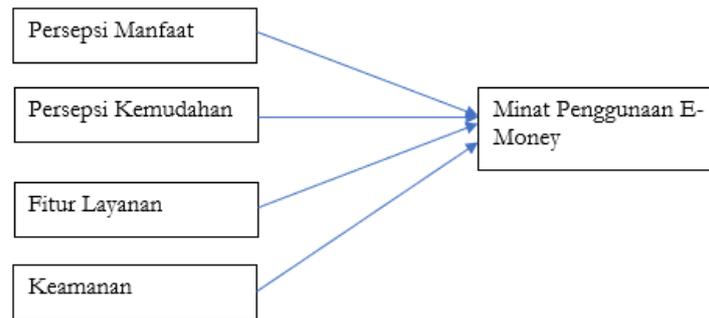
Teori Teknologi Acceptance Model (TAM)

Menurut Jogiyanto (2007) dalam Marchelina & Pratiwi (2019) salah satu teori penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan banyak digunakan untuk menggambarkan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi adalah model penerimaan teknologi informasi atau *Technology Acceptance Model (TAM)*. Wicaksono (2022) menegaskan bahwa TAM pertama kali dikembangkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis yang terus mengalami perkembangan dan peningkatan, diantaranya TAM 2 pada tahun 2000 yang dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* pada tahun 2003 yang dikembangkan oleh Venkatesh dan beberapa peneliti lainnya, TAM 3 pada tahun 2008 yang dikembangkan oleh Venkatesh dan Bala, TAM 4 pada tahun 2012 yang dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis, dan TAM-Extended pada tahun 2018 yang dikembangkan oleh Wu dan Wang.

Menurut Wicaksono (2022) TAM digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi pengguna dalam mengadopsi teknologi dan memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diterima dengan baik oleh pengguna. TAM menegaskan bahwa terdapat dua faktor utama dalam adopsi teknologi, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Jika pengguna merasakan manfaat dan kemudahan ketika menggunakan teknologi, maka mengarah ke tindakan pengguna tersebut dapat menerima penggunaan teknologi tersebut (Davis, 1989).

Kerangka Konsep dan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang bersumber dari tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka terdapat keterkaitan antar variabel independen (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan) dengan variabel dependen (minat penggunaan e-money). Dengan demikian, kerangka konsep digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-money Pada Mahasiswa Akademi Pariwisata

H1 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money.

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money.

H3 : Fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e- money.

H4 : Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e- money

Metode

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Akademi Pariwisata Periode Ganjil 2023 Jurusan Perhotelan dan Usaha Perjalanan Wisata masing-masing sejumlah 260 dan 67 orang sehingga total mahasiswa adalah 327 orang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Margin of error

Dalam penelitian ini menggunakan margin of error 10%, sehingga besar sampel ditentukan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N (e)^2} \\ &= \frac{327}{1 + 327 (0.1)^2} \\ &= 76,5 \end{aligned}$$

76,5 dibulatkan menjadi 100, sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang menggunakan e- money.

Persepsi manfaat adalah kecenderungan mahasiswa Akademi Pariwisata akan menggunakan e- money berdasarkan kepercayaan bahwa e-money tersebut dapat membantu dalam melakukan tugas-tugas atau mencapai tujuan yang dimaksud sehingga dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi manfaat dapat diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh Wicaksono (2022), yaitu Efektivitas teknologi, Keuntungan teknologi, Keterkaitan teknologi dengan tugas, dan Relevansi

teknologi.

Persepsi kemudahan adalah kecenderungan mahasiswa Akademi Pariwisata berdasarkan keyakinan bahwa dengan menggunakan e-money dapat memudahkan kegiatannya. Persepsi kemudahan dapat diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh Wicaksono (2022), yaitu Kemudahan belajar, Kemudahan penggunaan, Ketersediaan dukungan teknis, dan Ketersediaan sumber daya

Fitur layanan adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi pilihan mahasiswa Akademi Pariwisata terhadap produk e-money yang ditawarkan. Fitur layanan dapat diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh Ponn (2008) dalam Aprilia & Susanti (2022), yaitu Kemudahan akses informasi mengenai produk, Keberagaman layanan transaksi dan Keberagaman fitur.

Keamanan adalah perlindungan terhadap pengguna e-money pada mahasiswa Akademi Pariwisata dan transaksinya dari tindak kriminal, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar. Keamanan dapat diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh Waspada (2012) dalam Robaniyah & Kurnianingsih (2021), yaitu Saat memberikan informasi, pengguna tidak merasa khawatir, Merasa yakin bahwa informasi yang diberikan akan mendapatkan perlindungan, dan Merasa yakin saat bertransaksi terjamin keamanannya.

Minat penggunaan adalah minat mahasiswa Akademi Pariwisata dalam menggunakan e-money yang didasari atas keinginan yang kuat sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk yakin dan tetap terus menggunakan e-money. Minat penggunaan dapat diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh Walgiti (2015:40) dalam Sati & Ramaditya (2020), yaitu Ketertarikan pada objek minat, Perasaan senang, dan Kecenderungan untuk menggunakan

Skala Likert yang digunakan adalah skala Likert berdimensi 5, rentang nilainya yaitu dari 1 sampai 5. Jawaban dari setiap item pertanyaan yang menggunakan skala Likert mempunyai tingkatan dari yang sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2013), yaitu sebagai berikut Jawaban SS = Sangat Setuju Diberi skor 5, Jawaban ST = Setuju Diberi skor 4, Jawaban RG = Ragu-Ragu Diberi skor 3, Jawaban TS = Tidak Setuju Diberi skor 2, dan Jawaban STS = Sangat Tidak Setuju Diberi skor 1

Adapun persamaan regresi linier berganda dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \quad (1)$$

Keterangan :

Y : Minat penggunaan e-money

a : Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$: Koefisien regresi

X1 : Persepsi manfaat

X2 : Persepsi kemudahan

X3 : Fitur layanan

X4 : Keamanan

e : Standard error

Hasil dan Pembahasan

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji

multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, dan uji kelayakan model yang terdiri dari koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t. Penelitian ini telah lolos uji instrument dan uji asumsi klasik. Adapun hasil regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis Regresi Linear berganda

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	100
				F(3, 96)	=	18.52
Model	76.9166496	3	25.6388832	Prob > F	=	0.0000
Residual	132.92335	96	1.38461823	R-squared	=	0.3665
				Adj R-squared	=	0.3468
Total	209.84	99	2.11959596	Root MSE	=	1.1767

MinatPenggunaan	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
PersepsiManfaat	.0255565	.0389059	0.66	0.013	.051671	.1027841
PersepsiKemudahan	.0036668	.0311477	0.12	0.007	.0654945	.058161
FiturLayanan	.3021086	.0523305	5.77	0.000	.1982333	.4059839
_cons	4.250266	1.356447	3.13	0.002	1.55774	6.942793

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e- money. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,013 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner, persepsi manfaat mendorong minat penggunaan e-money karena mahasiswa merasa e-money yang digunakan secara efektif membantu dalam transaksi sehari-hari, memiliki kualitas yang baik, adanya keuntungan finansial (promo dan diskon), merasa puas terhadap kualitas layanan, akses ke e-money sangat mudah dan praktis, meningkatkan produktivitas, mempercepat proses transaksi, sesuai dengan kebutuhan transaksi, dan fitur serta fungsi e-money yang memadai untuk memenuhi transaksi sehari-hari. E-money memberikan manfaat bagi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari, sehingga manfaat yang dirasakan mahasiswa tersebut mendorong minat mahasiswa dalam menggunakan sistem pembayaran e-money. Hal tersebut sesuai dengan teori Teknologi Acceptance Model (TAM) mengenai penggambaran penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi, yaitu mahasiswa Akademi Pariwisata merasakan manfaat ketika menggunakan e-money, maka mengarah ke tindakan mahasiswa tersebut dapat menerima penggunaan sistem pembayaran e-money. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amelina & Sa'diyah (2023), Cahyono & Adha, (2022), Damanik & Efriyenti (2023), Prasetya & Putra (2020), dan Ridhawati et al. (2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner, persepsi kemudahan mendorong minat penggunaan e-money karena mahasiswa merasa e- money mudah untuk dipelajari, mudah untuk memahami fungsi dan fitur e-money, mudah digunakan dalam bertransaksi, bantuan teknis selalu tersedia ketika membutuhkannya, dan ketersediaan perangkat keras, perangkat lunak, serta jaringan internet mendukung penggunaan e-money. E-money memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk bertransaksi dalam kehidupan sehari-hari, sehingga kemudahan yang dirasakan mahasiswa tersebut mendorong minat mahasiswa dalam menggunakan sistem pembayaran e-money. Hal tersebut sesuai dengan teori Teknologi Acceptance Model (TAM) mengenai penggambaran penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi, yaitu mahasiswa Akademi Pariwisata merasakan kemudahan ketika menggunakan e-money, maka mengarah ke tindakan mahasiswa tersebut dapat menerima penggunaan sistem pembayaran e-money. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi et al. (2023) Cahyono & Adha (2022), Damanik & Efriyenti (2023), Marchelina & Pratiwi (2019), Prasetya & Putra (2020), Putri et al. (2021), Rufaidah et al. (2023), Saraswati & Mardhiyah (2022), Sati & Ramaditya (2020), dan Umaningsih & Wardani (2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e- money. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner, fitur layanan mendorong minat penggunaan e-money karena mahasiswa merasa desain tampilan fitur aplikasi yang jelas dan simpel, fitur e-money mudah dipahami dalam bertransaksi, adanya keberagaman layanan, keberagaman fitur yang tersedia dalam e-money mudah digunakan, keberagaman fitur yang tersedia dalam e-money memiliki banyak manfaat, dan fitur layanan dalam e-money selalu diperbaharui. Mahasiswa merasa kebutuhan bertransaksinya telah terpenuhi oleh fitur layanan yang ada di e-money, sehingga mendorong minat mahasiswa dalam menggunakan sistem pembayaran e-money. Hal tersebut sesuai dengan teori Teknologi Acceptance Model (TAM) mengenai penggambaran penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi, yaitu mahasiswa Akademi Pariwisata merasakan kebutuhan bertransaksinya telah terpenuhinya oleh fitur layanan ketika menggunakan e-money, maka mengarah ke tindakan mahasiswa tersebut dapat menerima penggunaan sistem pembayaran e-money. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatonah & Hendratmoko (2020), Marchelina & Pratiwi (2019), Prasetya & Putra (2020), dan Ridhawati et al. (2023) menyatakan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e- money. Hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung $3,039 > 1,66105$ dan nilai signifikan $0,002 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima. Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner, keamanan mendorong minat penggunaan e-money karena mahasiswa merasa e- money memberikan kenyamanan dan tidak adanya rasa khawatir saat memberikan informasi terkait data pribadi, Informasi terkait data pribadi yang diberikan dapat dipercaya jaminan keamanannya oleh e- money, dan keamanan dalam bertransaksi menggunakan e-money terjamin. Mahasiswa merasa aman bertransaksi menggunakan e-money, sehingga mendorong minat mahasiswa dalam menggunakan sistem pembayaran e-money. Hal tersebut sesuai dengan teori Teknologi Acceptance Model (TAM) mengenai penggambaran penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi, yaitu mahasiswa Akademi Pariwisata merasakan keamanan ketika menggunakan e-money, maka mengarah ke tindakan mahasiswa tersebut dapat menerima penggunaan sistem pembayaran e- money. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatonah & Hendratmoko (2020), Marchelina & Pratiwi (2019), Prasetya & Putra (2020), dan Ridhawati et al. (2023) menyatakan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyono & Adha (2022), Putri et al. (2021), Rufaidah et al. (2023), Saraswati & Mardhiyah (2022), dan Umaningsih & Wardani (2020) menyatakan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka diperoleh simpulan sebagai berikut persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Hal ini berarti bahwa semakin banyak manfaat yang diterima oleh pengguna e-money, maka minat penggunaan e- money akan semakin meningkat. Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Hal ini berarti bahwa semakin mudah dalam penggunaan e-money, maka minat penggunaan e-money akan semakin meningkat. Fitur layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Hal ini berarti bahwa semakin baik fitur layanan yang disediakan, maka minat penggunaan e-money akan semakin meningkat. Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e- money. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat keamanan e- money, maka minat penggunaan e-money akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan simpulan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu saran bagi penerbit e-money diharapkan selalu

memberikan manfaat dan kemudahan penggunaan bagi pengguna e-money, menjaga dan memperbaharui fitur layanan yang dapat digunakan untuk bertransaksi agar lebih baik lagi, dan mempertahankan serta meningkatkan aspek keamanan agar pengguna e-money merasa nyaman sehingga menimbulkan minat untuk menggunakan e-money. Penelitian ini meneliti mengenai adanya pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan terhadap minat penggunaan e-money pada mahasiswa Akademi Pariwisata. Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor- faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti variabel kepercayaan, risiko, tingkat pemahaman, pengetahuan, daya tarik promosi, efektivitas, dan e-service quality. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden, tidak hanya di Akademi Pariwisata tetapi diharapkan dapat memiliki cakupan yang lebih luas

Daftar Pustaka

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Ainiyah, G. Z., Aziz, M. N., Permatasari, K. D., & Yubiharto. (2023). Peningkatan Penggunaan E-Money Di Masa Pandemi. *Medikonis: Jurnal Media Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 27–41.
- Amelina, N., & Sa'diyah, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Keamanan dan Risiko terhadap Minat Penggunaan E-Money Ovo dalam Perspektif Ekonomi Islam. *AKSES : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Lia, R. N. G. A., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar (Vol. 6)*. Pradina Pustaka.
- Andi, Siagian, H., & Efendi, N. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Manfaat, Keamanan, Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mikroskil). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil (JWEM)*, 13(2), 155–167. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i2.1020>
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–131.
- Cahyono, Y. T., & Adha, A. H. (2022). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Aplikasi Dana Di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 439–444.
- Damanik, R. M., & Efriyenti, D. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Manfaat , dan Tingkat Pemahaman Terhadap Minat Penggunaan E-Money. 6(1), 236–244. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4165>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambuhan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A.
- A. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. *Media Sains Indonesia*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 67–80. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p67-80>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STIE*, 3(2), 27–37.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan E-Money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN%0AMeng uji>
- Humaidi, H., Utomo, S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal*

Bisnis Dan Pembangunan, 11(1), 23. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13133>

- Ishaq, A. H. (2020). Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Kartu E-Money untuk Peningkatan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 4(2), 60. <https://doi.org/10.56174/jrpma.v4i2.68>
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *Akuntoteknologi : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 12. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Laloan, W., Wenas, R., & Loindong, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat apengguna E- Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 375–386. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48312>
- Leoni, J., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatn dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan E- Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1–17. <https://core.ac.uk/download/pdf/162164902.pdf>
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Ngatno. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Lembaga Pengembangan dan Penjaminan Mutu Pendidikan Universitas Diponegoro.
- Novalianti, T., & Saad, B. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pengguna E-Payment (Studi Empiris Terhadap Pengguna Gopay Dan OVO Di DKI Jakarta Dan Depok). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 5(2), 54–63. <https://doi.org/10.35384/jemp.v5i2.244>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. In Sibuku Media. Sibuku Media.
- Prabadewi Apsari, I. A., & Putra Astika, I. B. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Informasi, dan Perceived Usefulness pada Kepuasan Pengguna SIMDA. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(3), 611. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i03.p05>
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Putri, C. S. P., Handayani, J., & Agustinus, T. M. (2021). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *KEUNIS (Keuangan Dan Bisnis)*, 9(2), 173–183. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2856>
- Reyhan, E., & Amri. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Dan Referensi Terhadap Niat Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 2(2), 117–130.
- Ridhawati, R., Hanifah, & Rahmalia. (2023). Pengaruh Kemanfaatan, Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Pada Mahasiswa STIENAS Banjarmasin Pengguna E-Money). 16(1), 203–216.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. *Journal IMAGE*, 10(1), 53–62.
- Rufaidah, E., Ma'ruf, A., Pujiati, & Mirza, BR, A. D. (2023). Minat Penggunaan E-Money di Masa Pandemi: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Lampung. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 19(1), 36–43. <https://doi.org/10.23960/jbm.v19i1.834>
- Sa'diyah, M., & Amelina, N. (2023). Pengaruh Kemanfaatan, Efektivitas, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Money Ovo Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *AKSES : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 102–109.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Saraswati, A. N., & Mardiyah, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Generasi Millennial. *Journal Business Administration (JBA)*, 1(2), 45–57.
- Sari, S. R. P., & Yatun, R. F. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Gopaylater Pada Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(06),

114–122. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i06.501>

- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–20.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed., Issue 1). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi* (I). Pustakabarupress.
- Sumadi, Romdhoni, A. H., & Fatakhurrohim. (2022). Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E- Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Boyolali). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2195–2201. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5976>
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.201>
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian (Revisi)*. Unri Press.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 5(21), 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Wicaksono, S. R. (2022). Teori Dasar Technology Acceptance Model (Issue December 2022). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Zulfikar, & Apriliyati, K. T. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, Keamanan, dan Fitur Layanan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi OVO di Kota Samarinda. *Jurnal EKSIS*, 18(1), 84–98. <https://doi.org/10.46964/eksis.v18i1.301>