

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY* TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT USIA PRODUKTIF DI SURABAYA**

Ervina Agmarita<sup>1</sup>, Merlyana Dwindi Yanthi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia, [ervina.18030@mhs.unesa.ac.id](mailto:ervina.18030@mhs.unesa.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia, [merlyanayanthi@unesa.ac.id](mailto:merlyanayanthi@unesa.ac.id)

**ABSTRACT**

*Electronic Money (E-Money) defined as internet-based money or chip-based money which transactions involve internet network users, electronic money is prepaid value which the transaction only done after users make a payment in cash or non-cash. Saving Interest described as an individual's interest in setting aside some money or income and saving on a particular institution or depository. This study was conducted in Surabaya with 160 sample. The type of research conducted is causal associative research with multiple linear analysis statistical test and the approach used in this study is quantitative approach. Independent variables used in this study are the ease in the use of E-Money, the benefits in the use of E-Money, and subjective norms in the use of E-money with the dependent variable saving interest. This study was conducted to determine whether the supporting variables in the use of E-Money has an influence on the interest in saving of Surabaya Citizen. The results showed that the use of E-Money affects the interest in saving people, more specifically the ease variable, and subjective norms are considered to have an influence on the interest in saving people, while the benefit variable is considered to have no influence on the interest in saving people.*

**Keywords:** *Elektronik Money; Saving Interest*

**ABSTRAK**

Uang elektronik (E-Money) didefinisikan sebagai uang dengan basis internet atau chip yang transaksinya melibatkan pengguna jaringan internet, uang elektronik bersifat prepaid value dimana penggunaannya dapat dilakukan setelah melakukan pembayaran secara tunai maupun non-tunai. minat menabung dapat dijabarkan sebagai ketertarikan individu dalam menyetorkan sebagian uang atau pendapatan dan menyimpan pada lembaga atau penyimpanan tertentu. Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya dengan jumlah sampel 160. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan uji statistik analisis linear berganda dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Variable Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kemudahan dalam Penggunaan E-Money, Manfaat dalam Penggunaan E-Money, dan Norma Subjektif dalam Penggunaan E-money dengan Variabel Dependen Minat Menabung. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Variabel-variabel pendukung dalam Penggunaan E-Money memiliki pengaruh atas minat menabung masyarakat Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan E-Money berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat, secara lebih spesifik Variabel Kemudahan, dan Norma Subjektif dinilai memiliki pengaruh pada Minat Menabung Masyarakat, sedangkan Variabel Manfaat dinilai tidak memiliki pengaruh pada Minat Menabung Masyarakat.

**Kata Kunci :** Uang Elektronik; Minat Menabung

## PENDAHULUAN

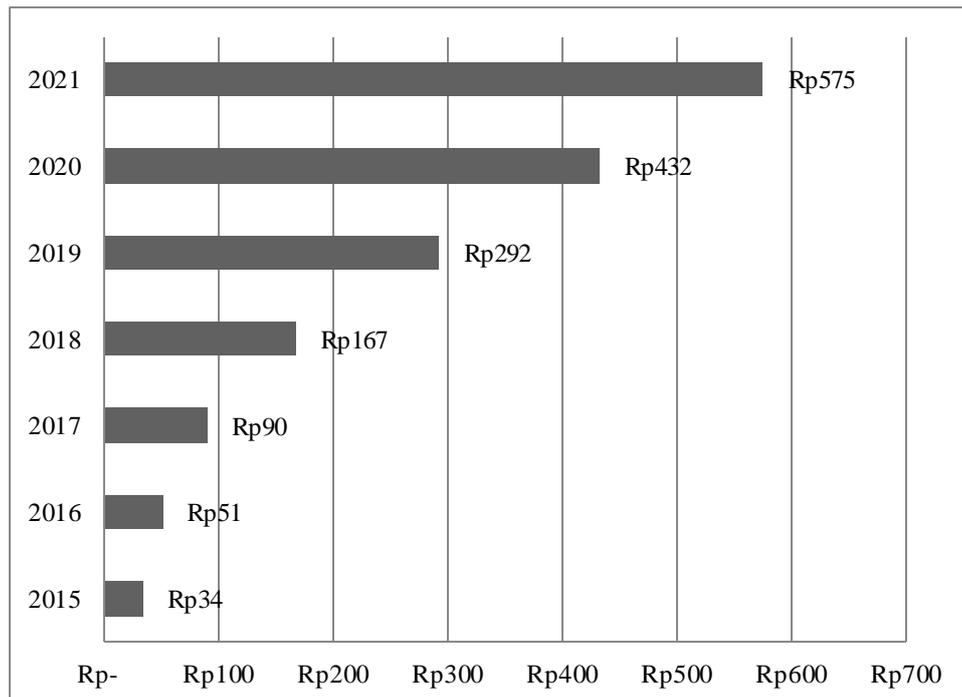
Uang merupakan alat tukar yang umum digunakan dalam kegiatan perekonomian, terutama dalam upaya masyarakat untuk mendapatkan barang, dan jasa yang diperlukan. Oleh karena itu, uang menjadi instrumen utama dalam perekonomian. Samuelson dan Nordhaus (2001) mendefinisikan uang sebagai segala sesuatu yang dapat digunakan dan diterima sebagai alat tukar atau alat pembayaran secara umum. Secara lebih rinci uang merupakan alat tukar yang dapat digunakan untuk pertukaran dengan barang atau jasa dan berlaku pada wilayah tertentu (Astuti, 2018).

Pada awal peradaban manusia, pemenuhan kebutuhan dilakukan dengan mandiri melalui perburuan. Pada masa itu manusia memiliki kebutuhan yang terbatas dan belum membutuhkan bantuan dari manusia lain. Dengan peningkatan jumlah populasi, kebutuhan semakin meningkat dan muncul ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan yang ada secara mandiri. Karena peningkatan kebutuhan dan penurunan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan inilah sistem barter mulai digunakan. Dengan perkembangan sejarah dan kemampuan berpikir manusia, sistem barter tidak lagi relevan dan pembayaran dengan uang muncul untuk menggantikan sistem pembayaran barter (Afiyah, 2020).

Uang tunai mulai dikenal dan digunakan sebagai alat tukar sejak peradaban Sumeria dan Babylonia. Ketika manusia mulai mencermati suatu sistem maka perkembangan merupakan hal yang tidak dapat dihindari, pemenuhan kebutuhan dimulai dengan mandiri, dilanjutkan dengan tukar-menukar barang, dan dilanjutkan lagi dengan kemunculan alat pembayaran yang lebih efektif. Perkembangan sistem pembayaran dimulai dengan barter, dilanjutkan dengan pembayaran menggunakan uang berbentuk koin, lalu pembayaran dengan uang kertas mulai menyebar, dan saat ini perkembangan sistem pembayaran yang lebih efektif hadir yaitu uang elektronik. Dalam perkembangan ini masyarakat mulai menemukan dan mengadaptasi cara baru dalam sistem pembayaran yang dianggap lebih efektif dan efisien yaitu uang elektronik.

Apabila diartikan secara garis besar uang elektronik (E-Money) merupakan uang berbasis internet atau chip, yang transaksinya secara umum melibatkan pengguna jaringan internet. Disisi lain apabila dibahas lebih dalam lagi, pembentukan administratif dalam sistem pembayaran digital atau E-Money bergantung pada perangkat lunak, layanan dan perangkat keras dunia (Gießmann, 2018). Dalam perkembangan sistem pembayaran, pembayaran berbasis digital bukan merupakan hal baru, sistem pembayaran digital merupakan adaptasi dari penggunaan sistem oleh sektor perbankan dan keuangan yang mana perkembangannya telah dimulai sejak abad ke-19 (Gießmann, 2018).

Penggunaan E-Money mulai umum dikalangan masyarakat, hal ini didukung juga dengan Gerakan Nasional Non-tunai (GNNT) yang dimulai dengan tujuan untuk merubah pola penggunaan uang tunai ke penggunaan E-Money. Uang elektronik atau E-Money di Indonesia sudah hadir sejak tahun 2009 dengan diterbitkannya Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009, namun baru mulai marak digunakan beberapa tahun terakhir. Maraknya penggunaan E-Money di Indonesia diawali dengan kebijakan pembayaran tiket Kereta Rangkaian Listrik (KRL) yang dialihkan ke pembayaran elektrik pada tahun 2013, dan penetapan kebijakan baru pembayaran tol pada tahun 2017. Penetapan kebijakan-kebijakan ini menjadi langkah awal pemerintah memperkenalkan E-Money kepada masyarakat yang lebih luas, dan menjadi salah satu usaha pemerintah untuk membiasakan masyarakat menggunakan *E-Money* dalam transaksi (Salwa, 2019). Peningkatan penggunaan *E-Money* oleh masyarakat dapat dilihat pada grafik dibawah ini:

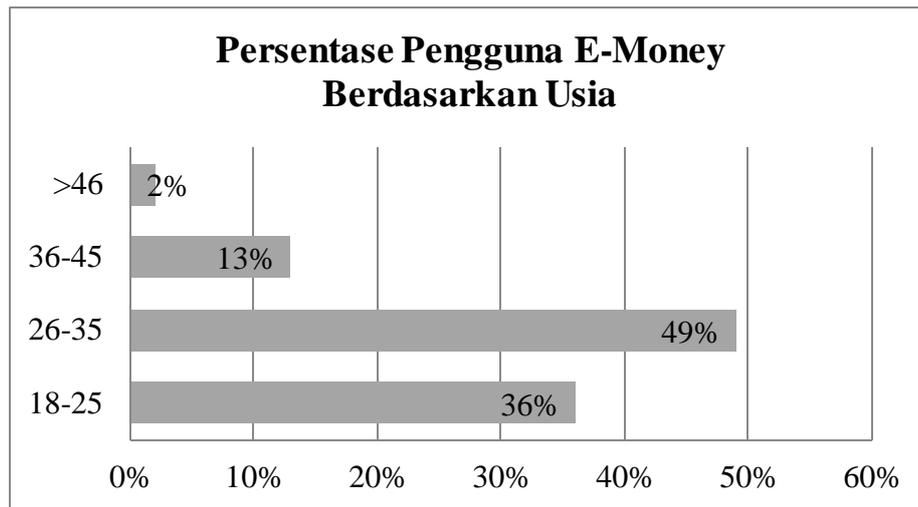


Sumber : Bank Indonesia (2021)

Gambar 1. Jumlah *E-Money* yang beredar (Dalam Jutaan)

Grafik diatas menunjukkan peredaran *E-Money* di masyarakat yang terus meningkat setiap tahunnya, hal ini dapat menjadi indikator peningkatan kecenderungan masyarakat menggunakan *E-Money*. Peningkatan ini didukung dengan distribusi infrastruktur terkait dengan kegiatan transaksi seperti penyebaran alat pemindai atau mesin pembaca uang elektronik. Selain distribusi infrastruktur penunjang, partisipasi pemilik bisnis baik bisnis besar, menengah, maupun kecil turut menjadi faktor pendukung dalam peningkatan penggunaan *E-Money*. Disisi lain peningkatan pengguna *smartphone* juga menjadi salah satu aspek yang membantu peningkatan penggunaan *E-Money* (Heijden, 2002). Dengan perkembangan ini *E-Money* telah menjadi bagian yang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat (Schierz et al., 2010).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan E-Money, antara lain kegunaan, kemudahan, kompatibilitas, norma subjektif, risiko, kepercayaan, biaya, citra sosial, manfaat, dan efek moderasi gender. Penelitian yang dilakukan Anjelina (2018) menunjukkan bahwa faktor kegunaan, kemudahan, kompatibilitas, risiko, kepercayaan, biaya, dan efek moderasi gender tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan E-Money. Pada penelitian tersebut perubahan pola penggunaan E-Money oleh masyarakat berubah apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu, dimana faktor risiko dan kepercayaan tidak lagi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan E-Money. Pada beberapa tahun belakangan fenomena peningkatan penggunaan *E-Money* juga disebabkan oleh event yang diadakan oleh platform belanja online seperti event bulanan 1.1 sampai 12.12. Oleh karena itu faktor yang peneliti rasa dapat menggambarkan alasan penggunaan *E-Money* oleh masyarakat adalah faktor kemudahan, manfaat, dan norma subjektif.



Gambar 2. Persentase Pengguna E-Money Berdasarkan Usia

Penggunaan E-Money sebagai alat pembayaran identik dengan perkembangan teknologi, Olivia Samosir (2020) menyatakan bahwa mayoritas pengguna E-Money merupakan generasi milenial hal ini disebabkan oleh tingkat produktivitas yang lebih tinggi. Mulya (2020) menjabarkan bahwa sebesar 36% transaksi dilakukan oleh konsumen dengan rentang 18-25, 49% dilakukan oleh konsumen dengan rentang usia 26-35 tahun, 13% dilakukan oleh konsumen rentang usia 36-45, dan 2% dilakukan oleh konsumen dengan rentang usia 46 tahun keatas. Oleh karena itu maka penggunaan E-Money dapat digambarkan dengan pembatasan populasi pada masyarakat usia produktif. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia dimana masyarakatnya sudah beradaptasi dengan ketersediaan infrastruktur dan perkembangan teknologi. Vincent Iswara (2019) menyatakan Surabaya merupakan kota dengan pengguna E-money terbanyak keempat di Indonesia, oleh karena itu dengan menggunakan masyarakat Surabaya sebagai populasi penelitian maka dampak penggunaan E-money dikalangan masyarakat luas dapat digambarkan dengan baik. Menurut data yang dipublikasikan oleh Dinas Kominfo Jawa Timur, penggunaan E-Money di Jawa Timur pada tahun 2021 meningkat hingga 84,6% dengan total transaksi tercatat 39,5 Triliun Rupiah. Dari keseluruhan total transaksi, Kota Surabaya menempati posisi pertama dengan total transaksi 10,46 Triliun Rupiah. Dalam hal ini, pengembang E-Money umumnya menggunakan diskon dan cashback sebagai teknik promosi mereka, Olivia Samosir (2020) menjelaskan bahwa pengguna cenderung menggunakan E-Money dalam transaksi karena promo yang diberikan, namun dengan ini pengguna juga memutuskan untuk menggunakan layanan pembayaran digital karena kemudahannya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat secara singkat didefinisikan sebagai keinginan, secara lebih lanjut minat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk memilih sebuah aktivitas sehingga bersifat tidak stabil atau dapat berubah. Jahja (2011) berpendapat bahwa minat merupakan dorongan yang menyebabkan seorang individu membangun ketertarikan pada suatu hal baik itu pekerjaan, kegiatan, ataupun barang. Menabung dalam perspektif ekonomi dapat diartikan sebagai salah satu tindakan yang dilakukan dengan mempersiapkan dan merencanakan masa depan serta sebagai bentuk persiapan atas hal-hal yang tidak diinginkan. KBBI mendefinisikan menabung sebagai kegiatan menyimpan uang baik di celengan, pos, atau bank (Indi, 2019). Secara lebih luas menabung dapat diartikan sebagai kegiatan menyisihkan sebagian pendapatan untuk dikumpulkan dan tidak digunakan sebagai bagian dari persiapan masa depan. Menurut Yong, Siah, Teh, & Ooi (2008) Tabungan didefinisikan sebagai kelebihan dana yang dapat membantu proses pertumbuhan dan pembangunan. Umar Burhan (2012) menyatakan,

keinginan untuk menabung merupakan perilaku yang bersifat positif dan secara alamiah dilakukan sehingga menabung bukan hanya sekedar kegiatan menyimpan sisa hasil konsumsi. Dapat disimpulkan minat menabung merupakan ketertarikan individu dalam menyisihkan sebagian uang atau pendapatan dan menyimpan pada lembaga atau penyimpanan tertentu (Munir et al., n.d.).

## KAJIAN PUSTAKA

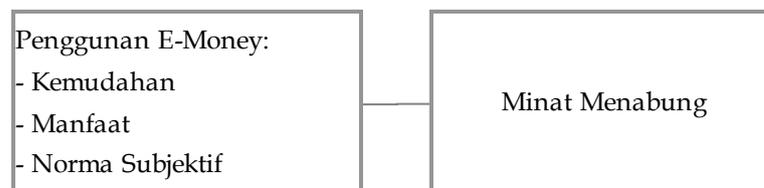
Beberapa penelitian telah dilakukan sebelumnya terkait topik ini seperti penelitian yang dilakukan Suci Julia Anrepa (2020), dengan judul 'Pengaruh Penggunaan E-wallet Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah Pada Mahasiswa di Yogyakarta' menunjukkan perubahan kecenderungan minat menabung pada mahasiswa yang menggunakan E-money. Selain itu terdapat penelitian lain yang dilakukan oleh Salwa (2019) dengan judul 'Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa' menunjukkan kecenderungan tingkat konsumsi mahasiswa yang dipengaruhi secara signifikan oleh penggunaan E-money, tingkat konsumsi secara tidak langsung berpengaruh pada minat menabung karena perubahan pola konsumsi yang ada dapat menyebabkan perubahan pada sisa dana yang akan di tabung. Maraknya penggunaan E-money yang dibuktikan dengan kenaikan peredaran E-money dikalangan masyarakat setiap tahunnya menunjukkan eksistensi dari E-money.

Penelitian lainnya dilakukan oleh K.Suma vally, Dr. K.Hema Divya (2018) dengan judul 'A study on Digital payments in India with perspective of consumers adoption'. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan metode convenience sampling, dan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Penelitian ini dilakukan untuk menguji perspektif penggunaan E-money oleh masyarakat India. Hasil dari penelitian ini menunjukkan penyebaran teknologi untuk pembayaran digital telah meningkatkan kinerja sektor perbankan, hal ini menunjukkan adopsi pembayaran digital berpengaruh positif pada konsumen perbankan di India. Penelitian lain dengan judul 'Determinants of savings habit among clients of bonzali rural bank in the tolon-kumbungu district of ghana' yang dilakukan oleh Anang, B. T., Dawuda, I., Imoro, L (2015) dilakukan untuk menguji perilaku menabung masyarakat di Ghana dengan menggunakan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, status pernikahan, tingkat pendapatan sebagai variabel X dan perilaku menabung sebagai variabel Y. penelitian ini menunjukkan usia memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku menabung, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan pada kebiasaan menabung masyarakat, status pernikahan, dan tingkat pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap kebiasaan menabung tetapi tidak memiliki pengaruh pada perilaku menabung.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan E-Money antara lain, 1. Kegunaan, yaitu sejauh apa sistem dapat meningkatkan kinerja individu; 2. Kemudahan, yaitu bagaimana sistem itu memudahkan penggunaannya; 3. Kompabilitas, yaitu sejauh apa sistem dapat dinilai konsisten dengan nilai yang ada di masyarakat, pengalaman lampau, dan kebutuhan pengguna; 4. Norma subjektif, kepercayaan individu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu sesuai dengan saran orang terdekat; 5. Risiko, yaitu risiko yang dirasakan oleh pengguna yang nantinya akan menentukan keputusan akhir pengguna; 6. Kepercayaan, yaitu kemauan suatu individu untuk melakukan sesuatu dengan dasar kepercayaan pihak lain akan memberikan apa yang individu ini inginkan; 7. Biaya, yaitu pengaruh dari biaya yang harus dikeluarkan individu diluar manfaat yang diterimanya; 8. Citra sosial, yaitu nilai tambah yang dimiliki penyedia layanan karena branding yang dilakukan; 9 manfaat, merupakan nilai lebih yang dirasakan pengguna atas sistem yang dinilai lebih efektif dan efisien; 10. Efek moderasi gender, perbedaan gender dinilai dapat menilai kecenderungan pola hidup individu (Anjelina, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Salwa (2019) menunjukkan bahwa penggunaan E-Money berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi, hal ini menunjukkan bahwa penggunaan E-Money dapat menimbulkan kecenderungan untuk merubah pola konsumsi masyarakat (Salwa, 2019). Perubahan pola konsumsi ini dapat menimbulkan *overbuying* yang nantinya secara tidak langsung akan mempengaruhi minat menabung karena sisa dana yang ada mengalami perubahan akibat perubahan pola konsumsi.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya dan uraian diatas, maka kerangka berpikir dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Berpikir

### Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran dapat didefinisikan sebagai aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan sebagai alat untuk melakukan pemindahan dana dengan tujuan untuk memenuhi kewajiban dalam kegiatan ekonomi atau kegiatan transaksi. Media yang dapat digunakan untuk pemindahan dana ini bervariasi, mulai dari pembayaran sederhana, sampai sistem pembayaran yang terkait dengan lembaga keuangan. Secara singkat sistem pembayaran merupakan sistem yang memiliki keterkaitan dengan kegiatan pemindahan dana dari satu pihak ke pihak lain. Badan dengan kewenangan tertinggi untuk mengatur sistem pembayaran yang ada di Indonesia adalah Bank Indonesia yang juga berperan sebagai Bank Sentral Republik Indonesia. Terdapat beberapa sistem pembayaran yang ada di Indonesia, diantaranya:

- a. Sistem pembayaran tunai, merupakan sistem pembayaran dimana pembayaran dilakukan secara langsung pada saat transaksi dengan menggunakan uang kartal sebagai instrumen pembayaran (Luthfan Darma Prasetya, 2018). Sampai saat ini sistem pembayaran tunai masih banyak dilakukan di Indonesia, keterbatasan instrumen untuk sistem pembayaran berbasis non-tunai menjadi salah satu alasan eksistensi pembayaran tunai. Sistem pembayaran tunai masih banyak dilakukan terutama dikalangan yang awam akan perkembangan teknologi, dan dikalangan pedagang yang kesulitan mengakses platform pembayaran non-tunai seperti pedagang di pasar, toko kelontong, dan pedagang kaki lima.
- b. Sistem pembayaran non-tunai, selain pembayaran dengan tunai atau pembayaran secara langsung menggunakan uang kartal, ada sistem pembayaran lain dimana transaksi yang dilakukan menggunakan instrumen lain sebagai media pemindahan dana. Sistem pembayaran non-tunai yang ada di Indonesia antara lain; Instrumen berbasis kertas/ wakat, Cek, Bilyet giro, Nota kredit, Wesel bank, dan Surat bukti penerimaan transfer.
- c. Instrumen berbasis kartu, instrumen ini secara garis besar dibagi menjadi 3, kartu kredit, *private-label cards*, dan kartu debit. Penggunaan instrumen berbasis kartu sudah banyak digunakan di Indonesia, banyak pelaku usaha yang menerima pembayaran dengan kartu (Luthfan Darma Prasetya, 2018). Dengan perkembangan yang ada instrumen ini mulai terintegrasi dengan *smartphone* pengguna, seperti penggunaan m-banking, dan fitur NFC atau *Near-field Communication* yang dapat memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan tap *smartphone* ke instrumen pembayaran (de Luna et al., 2019).

### Uang Elektronik

Uang elektronik atau *E-Money* merupakan produk *prepaid value* dimana pengguna dapat digunakan setelah melakukan pembayaran secara tunai maupun non-tunai. *E-Money* secara umum memiliki nilai yang sama dengan nilai penukaran dan perhitungan kurs sesuai dengan kurs wilayah yang ada (Luthfan Darma Prasetya, 2018). Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018 uang elektronik merupakan instrumen atau alat pembayaran yang memuat beberapa unsur yaitu; 1. Diterbitkan sesuai dengan nilai yang telah lebih dulu disetorkan kepada penyedia layanan, 2. Nilai uang disimpan dengan basis media server atau chip, 3. Nilai uang yang dikelola bukan merupakan simpanan dan dapat dipindahkan untuk pembayaran (transaksi) atau transfer dana (Afiyah, 2020). Secara garis besar terdapat 2 jenis *E-Money* yang beredar di Indonesia, diantaranya:

- a. E-Money berbasis chip (Chip based) merupakan sistem penyimpanan dana dimana uang akan disimpan dalam chip, yang berupa kartu, stiker, atau bentuk lain yang memungkinkan untuk menyimpan chip dengan aman. Instrumen pembayaran ini bersifat offline dimana setiap pembayaran tidak terkait dengan internet. E-Money berbasis chip umumnya diterbitkan oleh bank, dan umum digunakan untuk pembayaran di tol dan minimarket serta pusat perbelanjaan yang menerima metode pembayarannya. Instrumen ini juga dapat terintegrasi ke smartphone pengguna yang terdapat fitur NFC.
- b. E-Money berbasis server (Server based) merupakan sistem penyimpanan dana dimana uang akan disimpan pada server dari platform penyedia layanan. Penggunaan uang elektronik berbasis server terikat pada jaringan internet sehingga penggunaannya terbatas pada jaringan serta spesifikasi perangkat yang digunakan.
- c. Perbedaan uang elektronik dan Alat pembayaran berupa kartu (APMK), Kedua sistem pembayaran ini bersifat non-tunai dan menggunakan media perantara dalam penyimpanan dan pembayarannya, namun keduanya memiliki perbedaan mendasar dimana *E-Money* bersifat *prepaid* dan APMK bersifat akses.

### Minat

Minat dapat jabarkan sebagai rasa suka atau ketertarikan seseorang untuk melakukan sesuatu tanpa ada dorongan dari pihak lain, minat pada dasarnya merupakan hubungan antara suatu individu dengan sesuatu diluar diri individu tersebut. Ferdinand (2002) menjabarkan indikator minat yang terdiri atas:

- a. Minat transaksional, merupakan kecenderungan individu untuk memiliki atau membeli sebuah produk atau jasa yang berdasar pada ketertarikan (Anrepa, 2021).
- b. Minat referensial, merupakan kecenderungan individu menyarankan atau mereferensikan barang atau jasa kepada orang lain dengan tujuan agar orang lain juga membeli produk tersebut (Anrepa, 2021).
- c. Minat Preferensi, merupakan bentuk dari kecenderungan individu dalam penggunaan suatu barang atau jasa karena preferensinya, dan hanya mengganti barang atau jasa tersebut apabila terjadi sesuatu pada produk preferensi (Anrepa, 2021).
- d. Minat Eksploratif, menjelaskan kecenderungan individu untuk mencari barang atau jasa yang diinginkan dengan mencari ulasan positif dari produk yang akan dibeli (Anrepa, 2021).

### Menabung

Menabung merupakan kegiatan menyimpan dana dengan tujuan untuk mempersiapkan masa depan dan penyimpanan dana yang dapat digunakan untuk situasi tidak terduga. Menabung dapat dilakukan melalui rekening bank, pos, ataupun celengan. Disisi lain menabung merupakan penyisihan kelebihan dana yang dapat digunakan untuk persiapan masa depan. Perilaku menabung masyarakat berkembang dengan seiring berjalannya waktu, dimasa lalu masyarakat cenderung menyimpan dana secara mandiri karena keterbatasan

pengetahuan dan lembaga yang dapat membantu menyimpan uang, seiring dengan perkembangan perbankan yang ada masyarakat memiliki kecenderungan untuk menyimpan kelebihan dana di bank (Anrepa, 2021). Namun diluar itu menabung dengan celengan masih banyak dilakukan terutama untuk menyimpan uang koin, dan pembelajaran literasi keuangan kepada anak.

## METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan uji statistik analisis linear berganda, dimana penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif peneliti percaya bahwa manusia dapat menemukan aturan, hukum, dan prinsip baru dalam ilmu alam maupun ilmu sosial. Hukum ini dapat ditemukan dengan pengukuran data empiris dari sampel perwakilan atau representatif yang dapat dihitung, dan bersifat numerik dan objektif. Pendekatan ini dilakukan dengan tujuan untuk mengeneralisasi penemuan sehingga dapat digunakan untuk memperkirakan situasi atau keadaan yang terjadi dipopulasi lain. Penelitian kuantitatif juga digunakan sebagai alat untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel yang ada (Abdullah, 2015).

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, data primer dan data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data dari kuisioner yang disebarkan kepada masyarakat Surabaya dengan usia produktif, terutama masyarakat yang menggunakan E-Money, lalu sumber data sekunder penelitian ini adalah data yang didapat dari buku, jurnal, dan data terbitan Bank Indonesia serta Otoritas Jasa Keuangan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan masyarakat Surabaya berusia produktif. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) usia produktif dapat diukur dengan rentang usia 15-64 tahun atau lahir pada tahun 1971-2014, dan jumlah penduduk dengan usia produktif di Surabaya dapat diperoleh dari website Badan Pusat Statistik (BPS) Surabaya.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang perlu diuji untuk mengetahui keadaan pada populasi tersebut. Teknik yang digunakan untuk penentuan sampel adalah Purposive Sampling yang merupakan metode penentuan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang telah ditentukan peneliti sebelumnya. Menurut Arikunto (2013:174) sampel penelitian dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih dari keseluruhan populasi apabila jumlah populasi lebih dari 100 orang. Menurut data yang dirilis oleh BPS Surabaya pada tahun 2020 jumlah penduduk Surabaya yang berada dalam usia produktif atau berusia 15-64 tahun berjumlah 2.137.288 jiwa, karena jumlah populasi yang besar maka peneliti dapat menggunakan rumus lain untuk menghitung jumlah sampel yang diperlukan. Rumus perhitungan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah rumus slovin, Riduwan (2005:65) menjelaskan peneliti dapat menggunakan rumus slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{2.137.288}{1+2.137.288(0,1)^2}$$

$$n = 99,99$$

Dari perhitungan diatas maka sampel yang harus dikumpulkan peneliti sebagai perwakilan populasi sebanyak 99,99 atau dibulatkan menjadi 100 orang. Sarwono & Martadiredja (2008:147) menjelaskan untuk menjaga agar sampel terpenuhi maka peneliti perlu menambahkan 10% dari jumlah minimal sampel, oleh karena itu peneliti akan menggunakan 110 sampel. Total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuisioner berjumlah 192 orang dengan target sampel minimal 110 sampel, dari 192 responden yang diperoleh peneliti sebanyak 160 data sesuai dengan kriteria;

Tabel 1. Keterangan Jumlah Sampel

No.	Kriteria	Jumlah Sampel
1.	Masyarakat Berusia Produktif	192
2.	Tidak Memiliki Rekening Tabungan	(2)
3.	Bukan Pengguna <i>E-Money</i>	(7)
4.	Bukan Warga Surabaya	(23)
5.	Responden yang Memenuhi Kriteria	160

Sumber: Data diolah

### Variabel Penelitian

Variabel merupakan karakteristik seorang individu atau objek yang dapat memiliki nilai atau *value*, ukuran, dan skor yang berbeda untuk individu atau objek yang berbeda (Abdullah, 2015). Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang digunakan, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen, sedangkan variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang menerima pengaruh atau dipengaruhi oleh variabel independen.

### Variabel Independen (Variabel Bebas)

- a. Kemudahan (X1), meskipun suatu sistem atau platform dapat sangat bermanfaat terhadap kinerja seseorang namun terdapat kemungkinan sistem atau platform tersebut sulit digunakan. Wu & Wang (2005) dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa faktor kemudahan secara tidak langsung mempengaruhi penggunaan pembayaran berbasis digital, dimana individu cenderung menggunakan suatu sistem didorong oleh kemudahan penggunaan serta kemudahan yang akan didapat apabila menggunakan sistem tersebut (Wu & Wang, 2005).
- b. Manfaat (X2), dengan manfaat lebih besar yang ditawarkan oleh sistem pembayaran online atau *E-Money*, pembayaran online dianggap sebagai metode pembayaran yang efektif (Anjelina, 2018).
- c. Norma Subjektif (X3), yaitu kecenderungan penggunaan *E-Money* yang terbentuk dari mulut ke mulut, yaitu dimana konsumen mengadopsi suatu sistem karena saran orang lain. Bass (1969) menjelaskan model pertumbuhan produk yang menyatakan bahwa adopsi produk dipengaruhi secara signifikan oleh tekanan dari lingkungan sosial pengguna.

### Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Minat Menabung (Y), minat menabung merupakan dorongan oleh individu untuk menyimpan uang dan menarik atau penggunaannya didasarkan oleh syarat-syarat tertentu.

### Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua instrumen yang selanjutnya digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang ada, instrumen yang digunakan yaitu Kuisisioner dan Studi Pustaka. Menurut Sugiyono (2011), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti memberikan seperangkat pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh responden. Responden yang dimaksud adalah masyarakat Surabaya yang menggunakan *E-Money*. Penelitian menggunakan kuisisioner yang terstruktur dengan pertanyaan bersifat tertutup atau responden menjawab pertanyaan yang ada pada kuisisioner. Untuk mengukur jawaban responden peneliti menggunakan skala likert, skala likert merupakan pengukuran dengan 5 kategori yang dinilai dengan angka 1-5 dengan kategori respon sangat tidak setuju-sangat setuju (Husna, 2020). Teknik pengumpulan data dengan studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti memperoleh data dari sumber literatur yang berhubungan dengan objek yang diteliti, seperti buku, jurnal, dan data BI serta OJK terkait dengan penggunaan *E-Money* dan minat menabung.

## Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak *Statistic Package for Social Science* (SPSS) versi 25. Perangkat ini digunakan untuk mengolah data statistik yang sebelumnya didapat oleh peneliti melalui kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Linear Berganda, menurut Sugiyono (2016), dalam prosesnya untuk menjawab hipotesis pertama dengan analisis regresi linear berganda perlu untuk melihat pengaruh variabel terikat secara langsung. Sedangkan Ghozali (2011) menjelaskan bahwa analisis regresi adalah pengujian terkait ketergantungan variabel dependen dengan variabel dependen lain atau variabel independen (Anrepa, 2021).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat setidaknya 91,1% dari responden yang merupakan pengguna *E-Money* aktif yang berusia 15-25 tahun dan 8,9% sisanya berusia 26-46 tahun. Hal ini mendukung hasil dari survey yang dilakukan Olivia Samosir pada tahun 2020 dimana hasil survey tersebut menyatakan bahwa persentase terbesar pengguna *E-Money* merupakan masyarakat usia 15-25 tahun, namun masih dijumpai masyarakat berusia diatas 25 tahun yang aktif menggunakan *E-Money*. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 53,8% responden menghabiskan Rp. 100.000-Rp. 500.000 *E-Money* dalam transaksinya, 20,2% lainnya menghabiskan kurang dari Rp. 100.000 *E-Money*, 13,3% menghabiskan diatas Rp. 1.000.000, dan 12,7% sisanya menghabiskan Rp. 500.000-Rp. 1.000.000 dalam sebulan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *E-Money* dengan nominal yang cukup besar umum dilakukan dikalangan masyarakat cukup, hal ini juga bisa menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *E-Money* melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan utama pengguna dalam menggunakan *E-Money* adalah untuk belanja online disusul oleh transfer, layanan pesan antar makanan, tagihan rumah tanggadan pembayaran layanan jasa transportasi.

Sebelum melakukan Uji Hipotesis melalui Analisis Regresi Berganda, peneliti melakukan Uji Validitas untuk memastikan Validitas terkait dengan ketepatan dan alat ukur . Dimana instrumen dapat dikatakan valid apabila dapat mengukur dengan tepat variabel yang ingin diukur. Pada output Uji Validitas, seluruh item pada Variabel Kemudahan, Manfaat, Norma Subjektif, dan Minat Menabung memiliki  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel yaitu 0,154, dan seluruh item memiliki nilai signifikansi dibawah taraf signifikansi yaitu 0,05. Oleh karena itu seluruh item dalam Variabel Kemudahan, Manfaat, Norma Subjektif, dan Minat Menabung dinyatakan Valid.

Setelah data dinyatakan Valid, peneliti melakukan Uji Reliabilitas dimana pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah pengukuran satu dan yang lain konsisten. Pada output Uji Realibilitas, Variabel Kemudahan, Manfaat, Norma Subjektif, dan Minat Menabung memiliki nilai cronbach lebih besar dari 0,6 dan lebih besar dari  $r$  tabel yaitu 0,154. Oleh karena itu seluruh Variabel dinyatakan Realibel.

Karena item kuisioner penelitian dinyatakan valid dan realibel, peneliti melanjutkan penelitian dengan Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedastitas, dan Uji Autokorelasi. Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi yang normal. Dalam penelitian data yang layak dan dikatakan baik untuk digunakan adalah data yang memiliki distribusi normal. Dari hasil Uji Normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov hasil dari pengujian menunjukkan signifikansi sebesar 0,200, hasil signifikansi tersebut lebih besar dari standard signifikansi yaitu sebesar 0,05. Oleh karena itu distribusi data dapat dinyatakan Normal.

Uji Multikolinearitas merupakan pengujian untuk melihat apakah terdapat hubungan atau korelasi antara variabel bebas atau variabel independen. Dari hasil pengujian pada tabel hasil Uji Multikolinearitas, variabel bebas yang ada menunjukkan nilai Vif sebagai berikut; Variabel Kemudahan sebesar 1,575, Variabel Manfaat sebesar 1,719, dan Variabel Norma Subjektif sebesar 1,236 yang mana ketiga variabel diatas bernilai lebih kecil dari 10. Selain itu nilai tolerance dari masing-masing variabel bebas, yaitu Variabel Kemudahan senilai 0,635, Variabel Manfaat senilai 0,582, dan Variabel Norma Subjektif senilai 0,809, dari hasil uji ketiga variabel bebas diatas nilai tolerance masing-masing variabel lebih besar dari 0,10. Dari hasil uji yang dilakukan secara keseluruhan hasil pengujian menunjukkan variabel yang ada bebas dari Multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji model regresi apakah didalamnya terdapat ketidaksamaan variance dari pengamatan lain. Dari hasil Uji Heterokedastitas menggunakan Uji Glejser menunjukkan hasil signifikansi dari masing-masing variabel sebagai berikut; Variabel Kemudahan 0,299, Variabel Manfaat 0,197, dan Variabel Norma Subjektif 0,052 dari hasil uji diatas secara keseluruhan Variabel X memiliki signifikansi diatas standard signifikan 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heterokedastitas.

Uji Autokorelasi merupakan hubungan atau korelasi antar anggota dalam observasi yang terstruktur dan disusun berdasarkan oleh waktu dan juga tempat. Berdasarkan hasil tabel Uji Autokorelasi nilai DW diketahui sebesar 2,206. Apabila dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% (0,05) dengan jumlah sampel 160 dan 3 Variabel Independen ( $K=3$ ) 3,160 yaitu dU sebesar 1,779, DW dinilai lebih besar dan bernilai kurang dari  $(4-dU) 4-1,779=2,221$ . Dari hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat Autokorelasi.

Tabel 2. Uji F  
ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2010,647	3	670,216	26,751	0,000
Residual	3908,453	156	25,054		
Total	5919,100	159			

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel output diatas diketahui F hitung sebesar 26,751, karena nilai F hitung berada diatas nilai F tabel yaitu 2,66, dan nilai signifikansi 0,000 yang mana berada dibawah standard signifikansi yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan Variabel X yaitu penggunaan E-money memiliki pengaruh pada Variabel Y atau Minat Menabung.

Tabel 3. Koefisien Determinan  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	0,583	0,340	0,327	5,005

Sumber: Data diolah

Berdasarkan output tabel diatas R Square diketahui sebesar 0,340 atau apabila di persenkan nilainya sebesar 34%, hal ini menunjukkan bahwa Variabel Kemudahan, Manfaat, dan Norma Subjektif dalam penggunaan *E-Money* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh

sebesar 34% pada minat menabung masyarakat dan 66% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 4. Uji T  
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	8,713	4,005		2,175	0,031
Total_KM	0,579	0,123	0,384	4,704	0,000
Total_MN	0,054	0,111	0,042	0,489	0,625
Total_SN	0,293	0,072	0,294	4,066	0,000

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel output diatas diketahui T hitung Variabel Kemudahan sebesar 4,704 dengan signifikansi 0,000. Apabila dibandingkan dengan T Tabel yaitu 1,975 dan Standard Signifikansi yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, dan Variabel Kemudahan dalam Penggunaan *E-Money* secara signifikan memiliki pengaruh pada Minat Menabung Masyarakat.

Berdasarkan tabel output diatas diketahui T hitung Variabel Manfaat sebesar 0,489 dengan signifikansi 0,625. Apabila dibandingkan dengan T Tabel yaitu 1,975 dan Standard Signifikansi yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak, dan Variabel Manfaat dalam Penggunaan *E-Money* secara signifikan tidak memiliki pengaruh pada Minat Menabung Masyarakat.

Berdasarkan tabel output diatas diketahui T hitung Variabel Norma Subjektif sebesar 4.066 dengan signifikansi 0,000. Apabila dibandingkan dengan T Tabel yaitu 1,975 dan Standard Signifikansi yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, dan Variabel Norma Subjektif dalam Penggunaan *E-Money* secara signifikan memiliki pengaruh pada Minat Menabung Masyarakat.

### **Pengaruh Kemudahan dalam Penggunaan *E-Money* Terhadap Minat Menabung Masyarakat**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan *E-Money* oleh masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif, dengan artian bahwa kemudahan transaksi dan sistem yang ada telah membantu masyarakat dalam transaksi serta berpengaruh pada minat menabung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu & Wang (2005) yang menyatakan bahwa faktor kemudahan secara tidak langsung mempengaruhi penggunaan pembayaran berbasis digital. Desain dan konfigurasi digital pada platform *E-Money* dapat mendukung dan memiliki dampak kepada sudut pandang komersial dari pengguna platform tersebut (Kazan & Erol, 2015), hal ini dapat diartikan bahwa pengguna *E-Money* memiliki kecenderungan untuk menilai tampilan pada platform tersebut. Semakin menarik dan semakin mudah dipahaminya tampilan suatu platform akan berpengaruh pada tanggapan pengguna platform, dengan tampilan yang mudah dipahami maka platform akan lebih mudah menjangkau seluruh lapisan masyarakat terutama masyarakat yang belum terbiasa dengan perkembangan teknologi. Diluar itu, dengan kemudahan penggunaan dan jangkauan pembayaran yang lebih luas penggunaan *E-Money* dinilai dapat menghemat waktu transaksi dan lebih efisien oleh pengguna.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suci (2020) dimana hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa minat penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang signifikan pada minat penggunaan uang elektronik.

Dengan segala kemudahan dalam penggunaan yang ditawarkan oleh penyedia jasa E-Money sistem yang ada dapat dianggap lebih bermanfaat dibandingkan sistem yang sulit digunakan (Anjelina, 2018). Disisi lain dengan kemudahan yang ditawarkan akan pemindahan dana, proses transaksi akan lebih mudah dilakukan, baik bagi penjual, pembeli, atau antarpihak terkait, hal ini dapat menjadi dorongan bagi beberapa pihak untuk menyimpan uang dengan lebih mudah.

Dengan ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dimana kemudahan dalam penggunaan *E-Money* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

### **Pengaruh Manfaat dalam Penggunaan *E-Money* Terhadap Minat Menabung Masyarakat**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat dalam penggunaan E-Money tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif. Penyedia jasa E-Money banyak menawarkan bonus serta diskon kepada penggunanya, beberapa diantaranya adalah koin yang didapat pengguna dari penggunaan sistem sebagai reward, cashback baik berupa koin maupun E-Money, diskon atau potongan harga untuk pengguna, dan gratis ongkos kirim untuk pembayaran dengan E-Money. Dengan manfaat lebih besar yang ditawarkan oleh sistem pembayaran online atau E-Money, pembayaran online dianggap sebagai metode pembayaran yang efektif. Hal ini sejalan dengan TAM yang dikemukakan oleh Davis (1989) yang mana menjelaskan bahwa manfaat yang dirasakan dapat mempengaruhi penggunaan suatu sistem oleh pengguna, oleh karena itu hal ini menjadi faktor yang menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan E-Money, dengan kata lain masyarakat akan menggunakan E-Money apabila merasa penggunaan E-Money lebih menguntungkan dengan pemberian diskon dan cashback, dan efisiensi yang ditawarkan.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutiara dan Agung (2020) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pola konsumsi dengan minat menabung. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Salwa (2019) dengan judul 'Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa' menunjukkan kecenderungan tingkat konsumsi mahasiswa yang dipengaruhi secara signifikan oleh penggunaan E-Money. Lalu sejalan dengan penelitian ini, hasil penelitian yang dilakukan oleh Laila Ramadani (2016) dengan judul 'Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa', menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. Dalam kondisi dimana manfaat yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang menarik perhatian masyarakat, manfaat dalam penggunaan E-Money tidak memiliki pengaruh pada minat menabung masyarakat. Hal ini dapat dikarenakan oleh kecenderungan masyarakat yang berbanding terbalik, seperti kecenderungan untuk menghemat dengan adanya promo atau kecenderungan untuk membeli barang yang tidak diperlukan.

Dengan ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dimana penggunaan E-Money tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Hal ini berlaku pada dua variabel, yaitu Variabel Kemudahan, dan Variabel Norma Subjektif. Disisi lain Variabel Manfaat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

### **Pengaruh Norma Subjektif dalam Penggunaan *E-Money* Terhadap Minat Menabung Masyarakat**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif dalam penggunaan E-Money berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif.

Dalam proses penerimaan inovasi teknologi, konteks sosial memiliki peranan yang cukup besar dalam proses pengambilan keputusan. Konteks sosial ini juga menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan, terutama untuk platform yang beradaptasi pada tahap perkembangan dimana pengguna umumnya belum memiliki informasi yang cukup untuk dipertimbangkan (Schierz et al., 2010). Hal ini juga sejalan dengan model pertumbuhan produk yang dikembangkan oleh Bass (1969), yang menyatakan bahwa adopsi dari inovasi suatu produk dipengaruhi secara signifikan oleh tekanan dari lingkungan sosial.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Gilang Tri Pamungkas (2018) dengan judul ‘Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan E-Money (Studi Kasus Minimarket Indomaret Kec. Binjai Kota, Kota Binjai)’ dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan E-Money pada minimarket Indomaret Kec. Binjai Kota, Kota Binjai. Norma subjektif timbul sebagai akibat dari kepercayaan individu atas referensi tertentu yang didukung oleh motivasi untuk mengikuti referensi tersebut. norma subjektif dapat terbentuk dari mulut ke mulut, yaitu dimana konsumen mengadopsi suatu sistem karena saran orang lain. Fishbein & Ajzain (1975) juga menjelaskan bahwa norma subjektif dapat didefinisikan sebagai persepsi individu terkait sesuatu yang harus atau tidak seharusnya dilakukan berdasarkan pendapat dari orang disekitar yang dianggap penting (Fishbein, 1975). Hal ini dapat disebabkan oleh penggunaan dari uang elektronik dari saran orang terdekat yang secara umum berdasarkan pada keperluan dan bukan keinginan yang bersifat impulsif.

Dengan ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dimana norma subjektif dalam penggunaan *E-Money* berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Peningkatan penggunaan *E-Money* didukung dengan distribusi infrastruktur terkait kegiatan transaksi, seperti penyebaran alat pemindai atau mesin pembaca uang elektronik. Pada beberapa tahun belakangan fenomena peningkatan penggunaan *E-Money* banyak disebabkan oleh event yang diadakan oleh platform belanja online seperti event bulanan 1.1 sampai 12.12. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kemudahan, dan Norma Subjektif dalam penggunaan *E-Money* memiliki pengaruh signifikan dalam minat menabung masyarakat. Disisi lain manfaat dalam penggunaan *E-Money* tidak memiliki pengaruh signifikan yang terhadap minat menabung masyarakat. Penelitian ini kemudian disarankan untuk memperluas variabel dalam penggunaan *E-Money* agar dapat menggambarkan secara lebih rinci terkait dengan pengaruh penggunaan *E-Money* terhadap minat menabung masyarakat.

## REFERENSI

- Abdullah, Prof. M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Afiyah, R. N. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Endocrine*, 9(May), 6.
- Agustin, A. H., & Yanthi, M. D. (2021). Kepahaman Dan Kesiapan Mahasiswa Atas Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi Dengan Etika Sebagai Moderating Variable. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v9i1.504>
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219–231. <https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Anrepa, S. J. (2021). *Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Mahasiswa Di Yogyakarta*.

- Astuti, T. D. (2018). *Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Penggunaan E-money Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Vol. 151, Issue 2).
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146(August), 931–944. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- Fishbein, M., & A. I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*.
- Gießmann, S. (2018). Money, Credit, and Digital Payment 1971/2014: From the Credit Card to Apple Pay. *Administration and Society*, 50(9), 1259–1279. <https://doi.org/10.1177/0095399718794169>
- Heijden, H. Van Der. (2002). Factors Affecting the Successful Introduction of Mobile Payment Systems. *15th Bled Electronic Commerce Conference EReality: Constructing the EEconomy Bled*, 430–443.
- Husna, I. (2020). Pengaruh Kepuasan dan Keterikatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Endocrine*.
- Indi, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–21.
- Kazan, & Erol. (2015). The Innovative Capabilities of Digital Payment Platforms: A Comparative Study of Apple Pay & Google Wallet. *International Conference on Mobile Business*, 1–12.
- Luthfan Darma Prasetya. (2018). *Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perputaran Uang (Velocity Of Money) Di Indonesia Oleh: 151(2)*, 10–17.
- Munir, M., Burhan, U., & Ashar, K. (n.d.). *The Spirit Of Entrepreneurship In Spiritual Organization: A Study In The Business Of The Tarekat Of Shidiqiyah Indonesia*. [www.ijeronline.com](http://www.ijeronline.com)
- Salwa. (2019). *Pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap tingkat konsumsi mahasiswa*.
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.eelerap.2009.07.005>
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. In *Information Systems Research* (Vol. 11, Issue 4).
- Wahyudi, B., & Yanthi, M. D. (2021). Penerimaan Teori Tam Terhadap Penggunaan Mobile Payment Dengan Kompatibilitas Sebagai Variabel Eksternal. *Akuntabilitas*, 15(1), 55–72. <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.11850>
- Wu, J. H., & Wang, S. C. (2005). What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information and Management*, 42(5), 719–729. <https://doi.org/10.1016/j.im.2004.07.001>
- Nordhaus, W. D., Samuelson, P. A. (2001). *Economics*. United Kingdom: McGraw-Hill.
- Yudrik Jahja. (2011). *Psikologi Perkembangan: Kencana*.
- Yong, C.C., Siah, K.L., Ooi, K.B. and Teh, P.L. (2008). Time Series Analysis on Factors Influencing Saving Rate in Malaysia. *The ICFAI Journal of Applied Economics*, 1(4), 50-61.
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Ferdinand, Augusty, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2002
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta

- Bass, F. M. (1969). A new product growth for model consumer durables. *Management Science*, 15(5), 215-227.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.