

ANALISIS PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DENGAN METODE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2)

ANALYSIS OF THE USE OF ELECTRONIC MONEY WITH THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2) METHOD

Muhammd Fachril Husain Jeddawi, Lilik Noor Yulianti, Dodik Ridho Nurrochmat

Alumni Program Magister Manajemen IPB,

Saat ini bekerja di Bank Bukopin Jakarta

¹Email: fachtirjeddawi@gmail.com

ABSTRAK

Data Asosiasi Teknologi Keuangan Indonesia (IFA) dan OJK tahun 2016 menunjukkan bahwa persentase terbesar di bidang financial technology adalah sektor pembayaran. Namun data survei Jakarta Pusat tahun 2017 menunjukkan bahwa metode pembayaran tunai masih menjadi pilihan utama konsumen sebesar 77% dalam melakukan pembayaran. Metode pembayaran tunai banyak dipilih karena dianggap lebih terukur, diterima di mana-mana dan praktis. Penelitian ini dilakukan di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Jawaban atas penelitian disusun menggunakan skala likert untuk diolah dengan Structural Equation Modeling (SEM). Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial berusia 18-36 tahun di Jabodetabek dengan kriteria responden pengguna transaksi online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jasa transportasi memiliki persentase terbesar dalam transaksi online sebesar 37,33%. Sebanyak 67,72% pengguna mendapatkan informasi tentang penggunaan aplikasi uang elektronik dari internet. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa 56,84% pengguna menggunakan aplikasi uang elektronik kurang dari sepuluh kali dalam satu bulan. Produk yang paling sering digunakan adalah Go-Pay sebesar 63,16% dan alasan penggunaan uang elektronik terbanyak adalah 47,02%. Nominal saldo top up yang paling sering dilakukan adalah <Rp 250.000 untuk 45,61% dan cara top up paling banyak melalui SMS / Internet Banking sebesar 64,21%. Sebagian besar variabel dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku kecuali kondisi fasilitas, motivasi hedonis dan nilai harga. Semua variabel langsung pada perilaku penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: Perilaku Penggunaan, Uang Elektronik, UTAUT2

ABSTRACT

Data from the Indonesian Financial Technology Association (IFA) and OJK in 2016 showed that the largest percentage in financial technology was payment sector. However, the Central Jakarta survey data in 2017 shows that the cash payment method is still the consumer's main choice of 77% in making payments. The cash payment method is mostly chosen because it is considered more measurable, accepted everywhere and practical. This research took place in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi (Jabodetabek). The answers to the research are arranged using a Likert scale to be processed with Structural Equation Modeling (SEM). The population in this study is millennial generation aged 18-36 years in Jabodetabek with the criteria of respondents is users of online transactions. The results showed that transportation services had the largest percentage in online transactions of 37.33%. As many as 67.72% of users get information about the use of electronic money applications from the internet. The results of the study also showed that 56.84% of users used electronic money applications for less than ten times in one month. The most frequently used product is Go-Pay of 63.16% and the reason for using the most electronic money is practically 47.02%. The top up nominal balance that is most often done is <Rp 250,000 for 45.61%

and the most top up method is via SMS / Internet Banking at 64.21%. Most of the variables in this study had a significant effect on behavioral intention except facilitation conditions, hedonic motivation and price values. All direct variables on usage behavior have a significant effect.

Keyword: Use Behavior, Electronic Money, UTAUT2

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Teknologi informasi mengalami perkembangan yang pesat dalam satu dekade terakhir baik di Indonesia maupun di Dunia. Pesatnya perkembangan teknologi tersebut berpengaruh terhadap sektor teknologi finansial di Indonesia. Berdasarkan data *DailySocialid*, terjadi peningkatan perusahaan pengguna teknologi finansial dari tahun 2016 sebanyak 140 perusahaan menjadi 196 perusahaan di tahun 2017. Adapun peningkatan tersebut karena dirasa adanya kemudahan, rasa aman dan kepraktisan dalam penggunaan teknologi finansial. Data Indonesia's *Financial Technology Association* (IFA) dan OJK tahun 2016 menunjukkan bahwa sektor *payment* (42,2%), *lending* (17,78%) dan *aggregator* (12,59%) menempati posisi tiga besar dalam distribusi teknologi finansial di Indonesia. Tingginya penggunaan teknologi finansial di sektor *payment* tidak lepas dari manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Salah satu produk teknologi finansial yang sedang berkembang dan paling banyak digunakan saat ini adalah uang elektronik (*electronic money*).

Rumusan Masalah

Data Indonesia's *Financial Technology Association* (IFA) dan OJK Tahun 2016 menunjukkan bahwa persentase terbesar dalam teknologi finansial terdapat pada sektor *payment*. Akan tetapi, data lembaga survei Jakpat Tahun 2017 menunjukkan bahwa metode pembayaran *cash* masih menjadi pilihan utama konsumen sebesar 77% dalam melakukan pembayaran. Metode pembayaran *cash* lebih banyak dipilih

karena dianggap penggunaannya lebih terukur dan diterima dimana saja. Berdasarkan uraian di atas, maka pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik pengguna uang elektronik di Jabodetabek ?
2. Bagaimana variabel-variabel pada UTAUT2 mempengaruhi niat berperilaku (*behavioral intention*) terhadap penggunaan uang elektronik?
3. Bagaimana variabel-variabel pada UTAUT2 mempengaruhi perilaku penggunaan (*use behavior*) terhadap penggunaan uang elektronik?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis karakteristik pengguna uang elektronik di Jabodetabek.
2. Menganalisis variabel-variabel pada UTAUT2 yang mempengaruhi niat berperilaku (*behavioral intention*) terhadap penggunaan uang elektronik.
3. Menganalisis variabel-variabel pada UTAUT2 yang mempengaruhi perilaku penggunaan (*use behavior*) terhadap penggunaan uang elektronik.

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup variabel penelitian ini mencakup *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* (Venkatesh *et al.* 2003), *hedonic motivation*, *habit* dan *price value* (Venkatesh *et al.* 2012) dan *government regulation*. Cakupan responden penelitian ini adalah

generasi milenial di Jabodetabek yang pernah melakukan transaksi *online*.

TINJAUAN PUSTAKA

The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

UTAUT1 adalah sebuah model sebelum UTAUT2 terkait penerimaan teknologi yang diusulkan oleh Viswanath Venkatesh *et al.* (2003). UTAUT1 disusun atas empat faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap niat pemanfaatan dan penggunaan sistem, yaitu: harapan kinerja, harapan usaha, faktor sosial serta kondisi yang memfasilitasi. Model UTAUT1 terbukti hingga 70% lebih berhasil dalam menjelaskan varian niat menggunakan teknologi dibandingkan kedelapan teori yang lain (Venkatesh *et al.* 2003).

Model UTAUT2 merupakan pengembangan lebih lanjut dari model UTAUT1, dimana UTAUT2 mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi dalam konteks konsumen. Tujuan dari model UTAUT2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting mengenai penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, merubah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT1, dan mengenalkan hubungan baru (Venkatesh *et al.* 2012). Tiga konstruk yang ditambahkan untuk menyempurnakan UTAUT1 yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Berikut ini variabel yang terdapat pada model UTAUT2:

- a. *Performance expectancy* (harapan kinerja) merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa melalui penggunaan sistem dapat membantu memperoleh keuntungan kinerja dalam aktivitas (Venkatesh *et al.* 2003).
- b. *Effort expectancy* (harapan usaha) didefinisikan sebagai kemudahan penggunaan *online payment* dapat mengurangi upaya berupa tenaga dan waktu seseorang dalam beraktivitas (Venkatesh *et al.* 2003).

- c. *Social influence* (faktor sosial) adalah taraf kepercayaan seseorang terhadap lingkungan sosialnya yang meyakinkan dirinya untuk menggunakan *online payment* (Venkatesh *et al.* 2003).
- d. *Facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) dipahami sebagai taraf kepercayaan seorang jika dengan adanya organisasi dan infrastruktur teknis dapat membantu dalam menggunakan suatu sistem (Venkatesh *et al.* 2003).
- e. *Hedonic motivation* (motivasi hedonis) didefinisikan sebagai kesenangan atau kesukaan yang berasal dari penggunaan teknologi tertentu. (Venkatesh *et al.* 2012).
- f. *Price value* (nilai harga) menggambarkan mengenai bagaimana konsumen menilai persepsi kualitas vs kualitas sebenarnya dari suatu produk/jasa. *Price value* akan memiliki efek positif pada niat ketika konsumen merasakan manfaat menggunakan teknologi lebih besar daripada biaya moneter penggunaan tersebut (Venkatesh *et al.* 2012).
- g. *Habit* (kebiasaan) didefinisikan sebagai gambaran dan penjelasan untuk memahami bagaimana kecenderungan kebiasaan mempengaruhi adopsi teknologi (Venkatesh *et al.* 2012).
- h. Niat berperilaku (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai keinginan konsumen untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka memiliki, membuang dan menggunakan produk atau jasa (Mowen dan Minor 2002). Pengertian tersebut sejalan dengan Venkatesh *et al.* 2003 yang memberikan defenisi bahwa niat berperilaku (*behavioral intention*) sebagai hal yang mengacu pada niat penggunaan yang efektif oleh konsumen dari produk atau jasa di masa mendatang.
- i. *Use behavior* (perilaku penggunaan) adalah variabel dependen dalam UTAUT2. Perilaku Penggunaan (*use behavior*) adalah tingkat penggunaan

teknologi yang diamati dan dihasilkan dari niat berperilaku (Venkatesh *et al.* 2003). Selanjutnya, Davis (1989) menjelaskan bahwa perilaku penggunaan adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi.

Peraturan Bank Indonesia

Teknologi finansial merupakan sektor bisnis dengan jumlah investasi terbanyak kedua di Indonesia pada tahun 2016 setelah *E-Commerce* (*Tech in Asia Indonesia*). Adanya teknologi finansial diperuntukan untuk menekan penggunaan uang *cash* di masyarakat serta megedepankan prinsip efisien, praktis dan aman. Karena perkembangan yang begitu pesat maka Bank Indonesia mengambil langkah-langkah untuk mendorong pertumbuhan di industri teknologi finansial dan juga menerbitkan regulasi perlindungan konsumen. Produk teknologi finansial salah satunya yang sedang berkembang adalah uang elektronik (*electronic money*).

METODE PENELITIAN

Lokasi, Waktu dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Pengambilan data dilaksanakan selama lima bulan terhitung pada Bulan April hingga Agustus 2018. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang berumur 18 – 36 tahun (Howe dan Strauss 2000) di Jabodetabek. Kriteria responden sebagai sampel pada penelitian ini yaitu pengguna transaksi *online* dan jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 300 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan merupakan data primer melalui hasil kuesioner. Penggunaan data-data penunjang berdasarkan penelitian terdahulu baik berdasarkan buku maupun penulisan ilmiah di internet dijadikan penunjang dalam pembentukan informasi tersebut. Pengumpulan data dari responden dilakukan dengan menggunakan kuesioner terstruktur (*structured questionnaire*). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner *online* melalui *google form* secara meluas kepada target responden.

TEKNIK PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode dalam meneliti status kelompok, manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran maupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir 1998). Menurut Sumarwan (2011), analisis ini mempunyai sifat yang dirancang untuk mengumpulkan informasi secara aktual, menggambarkan suatu keadaan yang berlangsung dan mengkaji sebab-sebab terjadinya suatu gejala, tidak dapat mengontrol suatu kejadian dan mengukur yang telah terjadi.

Uji Validitas dan Uji Realibilitas Instrumen Penelitian

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap 285 responden dan menggunakan *software* SPSS 23. Pada penelitian ini digunakan taraf nyata 10% dengan r-tabel 0.113. Dengan demikian seluruh r-hitung (koefisien korelasi) yang diperoleh dari pengolahan data penelitian ini melebihi dari r-tabel yaitu 0.113 atau dinyatakan valid. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's alpha* > 0.6 (Latan dan Ghozali 2012). Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini diketahui 0.96 yang melebihi 0.6.

Metode Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut Waluyo (2011), *Structural Equation Modeling* atau SEM adalah sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif “rumit” secara simultan. SEM memungkinkan untuk menganalisis satu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen sebagai teknik statistik multivariat dependensi. Uji validitas indikator dilakukan dengan menggunakan SEM. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan dari hubungan antara indikator dengan variabel yang berjumlah 34. Suatu variabel dinyatakan valid jika nilai *output* diatas 0.5 (Ghozali 2013). Hasil pengujian validitas indikator menunjukkan bahwa keseluruhan indikator memiliki nilai *output* lebih besar dari 0.5 atau dinyatakan valid.

Uji validitas dan reliabilitas variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan SEM. Pada penelitian ini batasan atau *goodnes of fit* adalah 0.5 (Ghozali 2013). Hasil dari pengujian validitas terhadap seluruh variabel penelitian menunjukkan hasil melebihi batas 0.5 atau valid. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan dan tingkat kehandalan antara variabel. Diketahui dalam uji validitas mengharuskan nilai *output* diatas 0.5 sedangkan untuk uji reliabilitas diatas 0.7 (Ghozali 2013). Hasil dari pengujian validitas dan realibilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel valid.

Variabel pada penelitian yang diuji tingkat signifikansi atau pengaruh terhadap niat berperilaku (*behavioral intention*) adalah *performance expectancy* (H1), *effort expectancy* (H2), *social influence* (H3), *facilitating conditions* (H4), *Hedonic motivation* (H5), *price value* (H6), *habit* (H7) dan *government regulation* (H8). Sedangkan variabel yang diuji tingkat signifikansi atau pengaruh terhadap perilaku penggunaan (*use behavior*) adalah

facilitating conditions (H9), *habit* (H10) dan *behavioral intention* (H11)

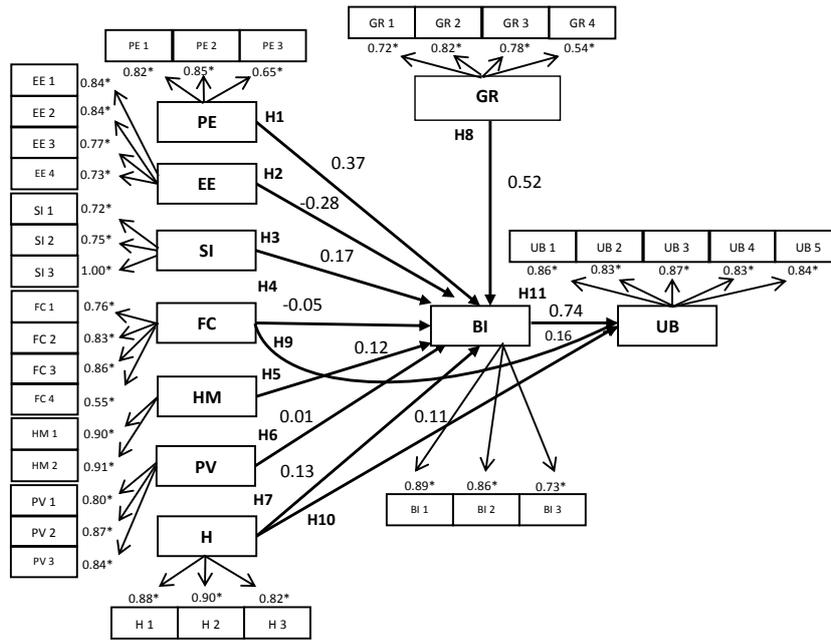
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Demografi Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 67.72% informasi mengenai penggunaan uang elektronik didapatkan melalui internet. Produk uang elektronik yang paling sering digunakan adalah Go-Pay sebesar 63.16% dengan intensitas penggunaan kurang dari sepuluh kali dalam satu bulan sebesar 56.84%. Nominal *top up* saldo yang paling sering dilakukan adalah < Rp 250.000 sebesar 45.61% dan metode *top up* yang paling sering dilakukan melalui *SMS/Internet Banking* sebesar 64.21%. Penggunaan uang elektronik di Jabodetabek didominasi oleh jasa transportasi sebesar 37.33%. Alasan penggunaan uang elektronik yang paling dominan adalah praktis sebesar 47.02%.

Uji Kecocokan Model Struktural (*Structural Model Fit*)

Uji kecocokan persamaan struktural dilakukan terhadap koefisien-koefisien dengan menspesifikasi tingkat signifikan tertentu. Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa terdapat tiga hipotesis yang tidak signifikan pada taraf uji kecocokan struktural model, yaitu H4 (*facilitating condition* terhadap *behavioral intention*), H5 (*hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*) dan H6 (*price value* terhadap *behavioral intention*). Pada penelitian ini batasan atau *goodnes of fit* adalah 0.5 (Ghozali 2013).



Gambar 1. Hasil SEM

Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Dalam tahap evaluasi dilihat bagaimana tingkat kecocokan data asli (lapangan) terhadap model yang dirancang. Apabila model yang dihipotesis belum mencapai model yang sesuai, maka peneliti dapat melakukan respesifikasi model untuk mencapai nilai yang baik. Pengukuran model terdapat tiga tahap yaitu *absolute fit index*, *incremental fit index* dan *parsimoni fit index*. Akan tetapi dalam pengukuran model dapat digunakan salah satunya saja (Santoso 2010).

Dalam penelitian ini terdapat tujuh model yang sesuai dengan *cut off value* dan dua diantaranya mengahampiri batasan *cut off value* yaitu *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) dan *Normed Fit Index* (NFI). Semakin dekat RMSEA dengan 0 maka dianggap semakin baik dan nilai RMSEA tidak bisa lebih besar dari 0,1. Semakin dekat NFI dengan 0 maka dianggap semakin baik dan jika $NFI > 0,8$ maka dapat diterima (Shaoling Fu *et al.* 2014).

Tabel 1 Hasil Uji Kecocokan Model (Model Fit)

<i>Goodness of Fit</i>	<i>Cut off Value</i>	Hasil	Keterangan
1. <i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA)	≤ 0.1	0.107	Moderate
2. <i>Normed Fit Index</i> (NFI)	0.8 - 1	0.769	Moderate
3. <i>Parsimony Ratio</i> (PRATIO)	Positif	0.904	Fit
4. <i>The Parsimony Normed Fit Index</i> (PNFI)	>0.5	0.695	Fit
5. <i>The Parsimony Comparative Fit Index</i> (PCFI)	>0.5	0.739	Fit
6. <i>Comparative Fit Index</i> (CFI)	0.8 - 1	0.818	Fit
7. <i>Incremental Fit Index</i> (IFI)	0.8 - 1	0.819	Fit

Kontribusi Indikator terhadap Variabel

Kontribusi indikator terbesar pada variabel *performance expectancy* adalah kecepatan dalam menyelesaikan berbagai hal (PE2). Kontribusi indikator terbesar pada variabel *effort expectancy* adalah kejelasan fitur pada aplikasi uang elektronik (EE2). Kontribusi indikator terbesar pada variabel *social influence* adalah orang lain yang memiliki pengaruh terhadap penggunaan uang elektronik (SI3). Kontribusi indikator terbesar pada variabel *facilitating condition* adalah teknologi yang ada saat ini (FC3). Kontribusi indikator terbesar pada variabel *hedonic motivation* adalah perasaan senang menggunakan uang elektronik (HM1) dan nyaman menggunakan uang elektronik (HM2).

Kontribusi indikator terbesar pada variabel *habit* adalah ketergantungan dalam menggunakan uang elektronik (H2). Kontribusi

indikator terbesar pada variabel *price value* adalah harga terbaik (PV2). Kontribusi indikator terbesar pada variabel *government regulation* adalah peraturan Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan memberikan rasa aman (GR2). Kontribusi indikator terbesar pada variabel *behavioral intention* adalah adanya niat untuk menggunakan uang elektronik secara terus-menerus di masa yang akan datang (BI1). Kontribusi indikator terbesar pada variabel *use behavior* adalah rasa puas setelah menggunakan uang elektronik (UB3).

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan model penelitian ini, selanjutnya dilakukan pengujian terhadap hipotesis melalui uji koefisien jalur (*path*) pada model persamaan struktural. Tabel 2 menjelaskan tentang hasil estimasi model SEM.

Tabel 2 Hasil Estimasi Model SEM

Pengaruh Variabel				Estimate	C.R.	P Value	Keterangan
H1	PE	--->	BI	0.37	3.099	0.002	Signifikan
H2	EE	--->	BI	-0.28	-1.777	0.076	Signifikan
H3	SI	--->	BI	0.14	2.932	0.003	Signifikan
H4	FC	--->	BI	-0.05	-0.316	0.52	Tidak Signifikan
H5	HM	--->	BI	0.095	0.594	0.27	Tidak Signifikan
H6	PV	--->	BI	0.014	0.090	0.45	Tidak Signifikan
H7	H	--->	BI	0.134	2.299	0.021	Signifikan
H8	GR	--->	BI	0.397	6.537	0.001	Signifikan
H9	FC	--->	UB	0.116	3.098	0.002	Signifikan
H10	H	--->	UB	0.114	2.432	0.015	Signifikan
H11	BI	--->	UB	0.498	10.692	0.001	Signifikan

Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* (H1)

Performance expectancy berpengaruh sangat signifikan terhadap *behavioral intention*. Tingkat kepercayaan bahwa dengan menggunakan uang elektronik dapat memberikan keuntungan dan kemudahan

dalam melakukan aktifitas berpengaruh secara signifikan terhadap niat dalam menggunakan uang elektronik. Penggunaan uang elektronik dirasa sangat berguna bagi kehidupan sehari-hari dalam melakukan transaksi *online* karena dapat menciptakan rasa aman, kepraktisan dan kecepatan dalam transaksi. Pengguna tidak perlu lagi mengeluarkan uang dalam bentuk

cash untuk melakukan pembayaran. Selain itu, pengguna dapat melakukan berbagai macam transaksi dengan menggunakan uang elektronik. Transaksi yang telah dilakukan oleh pengguna dapat tercatat dengan baik.

Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* (H2)

Effort expectancy berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Kemudahan penggunaan uang elektronik dapat mengurangi upaya berupa tenaga dan waktu seseorang dalam beraktivitas berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Penggunaan uang elektronik dirasa dapat mempermudah proses transaksi *online* serta lebih efektif dan efisien dalam segi waktu dan tenaga. Pengguna uang elektronik dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun, tidak dibatasi oleh waktu dan tempat.

Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* (H3)

Social influence berpengaruh sangat signifikan terhadap *behavioral intention*. Kepercayaan seseorang terhadap lingkungan sosialnya dalam meyakinkan dirinya untuk menggunakan uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Adanya testimoni positif dan saran yang berasal dari lingkungan sekitar pengguna akan memberikan pengaruh terhadap niat menggunakan uang elektronik.

Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention* (H4)

Facilitating condition tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Adanya infrastruktur teknis dapat membantu pengguna dalam menggunakan uang elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Infrastruktur teknis yang ada tidak lagi mempengaruhi niat penggunaan

uang elektronik karena saat ini pengguna yang merupakan generasi milenial pada dasarnya sudah memiliki pengetahuan yang cukup dan didukung oleh fasilitas yang sudah memadai. Disamping itu, generasi milenial yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan pengguna yang sudah pernah melakukan transaksi menggunakan uang elektronik.

Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* (H5)

Hedonic motivation tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Rasa senang dan kenyamanan seseorang yang berasal dari penggunaan uang elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Pada dasarnya pengguna sudah terbiasa menggunakan uang elektronik dalam melakukan transaksi *online* sehingga hal tersebut bukan menjadi hal yang baru dan tidak lagi membuat mereka merasakan kesenangan dan kenyamanan. Maka dari itu rasa senang dan kenyamanan tidak menjadi aspek dalam menumbuhkan niat menggunakan uang elektronik.

Pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention* (H6)

Price value tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Persepsi pengguna terhadap kualitas dan kuantitas penggunaan uang elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Penggunaan uang elektronik didasarkan oleh aspek kepraktisan dan kecepatan dalam transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa harga dan jasa pelayanan yang diberikan tidak menjadi aspek utama dalam menumbuhkan niat penggunaan uang elektronik.

Pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention* (H7)

Habit berpengaruh sangat signifikan terhadap *behavioral intention*. Kebiasaan

menggunakan uang elektronik berpengaruh sangat signifikan terhadap *behavioral intention*. Penggunaan uang elektronik sudah menjadi hal yang biasa bagi generasi milenial. Kepraktisan dan kecepatan penggunaan uang elektronik menjadi landasan untuk melakukan transaksi *online*. Selain itu, dengan adanya promo penjualan akan memberikan stimulus kepada pengguna dalam menumbuhkan niat menggunakan uang elektronik.

Pengaruh *Government Regulation* terhadap *Behavioral Intention* (H8)

Government regulation berpengaruh sangat signifikan terhadap *behavioral intention*. Jaminan pemerintah melalui Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan dalam mendukung perkembangan uang elektronik dan perlindungan konsumen berpengaruh sangat signifikan terhadap *behavioral intention*. Adanya regulasi Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan membuat pengguna merasa lebih aman, sehingga dapat menumbuhkan niat dalam menggunakan uang elektronik dalam bertransaksi *online*

Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* (H9)

Facilitating condition berpengaruh sangat signifikan terhadap *use behavior*. Adanya infrastruktur teknis dapat membantu pengguna dalam penggunaan uang elektronik berpengaruh sangat signifikan terhadap *use behavior*. Pengguna yang merupakan generasi milenial pada dasarnya sudah memiliki pengetahuan yang cukup dan didukung oleh fasilitas yang sudah memadai. Disamping itu, generasi milenial yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan pengguna yang sudah pernah melakukan transaksi menggunakan uang elektronik. Infrastruktur teknis yang memadai membuat pengguna akan terus-menerus menggunakan uang elektronik dalam melakukan transaksi *online*.

Pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior* (H10)

Habit berpengaruh sangat signifikan terhadap *use behavior*. Kebiasaan menggunakan uang elektronik berpengaruh sangat signifikan terhadap *use behavior*. Kepraktisan dan kecepatan penggunaan uang elektronik dan adanya promo penjualan menjadi landasan untuk melakukan transaksi *online* dengan menggunakan uang elektronik secara terus-menerus.

Pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* (H11)

Behavioral intention berpengaruh sangat signifikan terhadap *use behavior*. Keputusan pengguna terhadap penggunaan uang elektronik berpengaruh sangat signifikan terhadap *use behavior*. Efisiensi dari segi waktu dan tenaga, kepraktisan, keamanan dan pengaruh lingkungan dalam menggunakan uang elektronik mempengaruhi pengguna untuk melakukan transaksi *online* menggunakan uang elektronik secara terus-menerus.

Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel

Besar pengaruh tidak langsung dari *facilitating condition* terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* adalah 0.089 sedangkan pengaruh *facilitating condition* terhadap *use behavior* secara langsung adalah 0.116. Pengaruh langsung memiliki koefisien jalur yang lebih besar sehingga pengaruhnya pun lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung dari *facilitating condition* terhadap *use behavior*. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Haywood (2017) yang mengemukakan bahwa *facilitating condition* secara signifikan mempengaruhi *use behavior* pada adopsi penggunaan sistem *cloud*. Selain itu penelitian Edwards (2017) menunjukkan bahwa *facilitating condition* secara signifikan mempengaruhi *use behavior*

dalam penggunaan *mobile learning*. Besar pengaruh tidak langsung dari *habit* terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* adalah 0.180 sedangkan pengaruh *habit* terhadap *use behavior* secara langsung adalah 0.114. Pengaruh tidak langsung memiliki koefisien jalur yang lebih besar sehingga pengaruhnya pun lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh langsung dari *habit* terhadap *use behavior*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fauzi (2018) pada penggunaan aplikasi transportasi *online* dan diperkuat dengan penelitian Setaidjie dan Widodo (2017) pada layanan musik *online* berbasis langganan.

Implikasi Manajerial

- a. Perusahaan perlu mempertahankan kemudahan proses saat menggunakan uang elektronik, salah satunya dengan membuat fitur yang bersifat *user friendly* sehingga konsumen merasa senang dan puas saat menggunakannya. Di sisi lain, perusahaan perlu memperhatikan perlindungan informasi pengguna serta meminimalisir celah pada sistem aplikasi uang elektronik agar tidak merugikan pengguna.
- b. Bagi konsumen yang akan menggunakan uang elektronik perlu memperhatikan terlebih dahulu aturan yang dibuat oleh perusahaan, terutama untuk aktifitas yang berhubungan dengan promo penjualan. Konsumen yang telah menggunakan uang elektronik saat melakukan transaksi perlu memperhatikan saldo terakhir pada aplikasi uang elektronik untuk meminimalisir ketidaksesuaian yang akan terjadi.
- c. Pemerintah perlu memberikan perhatian khusus pada perkembangan penggunaan uang elektronik di masyarakat dan perusahaan agar dapat meminimalisir kemungkinan kecurangan yang akan dilakukan oleh perusahaan penyedia

aplikasi uang elektronik kepada pengguna. Pemerintah pun dapat memberikan payung hukum yang lebih detail dalam rangka melindungi pengguna terhadap ketidaksesuaian proses yang dilakukan oleh perusahaan.

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 67.72% informasi mengenai penggunaan uang elektronik didapatkan melalui internet. Produk uang elektronik yang paling sering digunakan adalah Go-Pay sebesar 63.16% dengan intensitas penggunaan kurang dari sepuluh kali dalam satu bulan sebesar 56.84%. Nominal *top up* saldo yang paling sering dilakukan adalah < Rp 250.000 sebesar 45.61% dan metode *top up* yang paling sering dilakukan melalui SMS/*Internet Banking* sebesar 64.21%. Penggunaan uang elektronik di Jabodetabek didominasi oleh jasa transportasi sebesar 37.33%. Alasan penggunaan uang elektronik yang paling dominan adalah praktis sebesar 47.02%.

Performance expectancy berpengaruh sangat signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan uang elektronik dapat memberikan keuntungan bagi penggunanya dari segi keamanan, kepraktisan dan kecepatan dalam transaksi. *Effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Penggunaan uang elektronik dapat membuat waktu dan tenaga yang digunakan menjadi lebih efektif dan efisien. *Social influence* berpengaruh sangat signifikan terhadap *behavioral intention*. Adanya testimoni positif dan saran yang berasal dari lingkungan sekitar baik keluarga maupun orang terdekat akan memberikan pengaruh terhadap niat penggunaan uang elektronik.

Habit berpengaruh sangat signifikan terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan karakteristik penelitian dapat diketahui bahwa alasan utama dalam penggunaan uang elektronik

adalah praktis, mudah dan promo. *Government regulation* berpengaruh sangat signifikan terhadap *behavioral intention*. Adanya regulasi pemerintah membuat pengguna merasa lebih aman. *Habit* berpengaruh sangat signifikan terhadap *use behavior*. Dengan kepraktisan dan promo penjualan akan menyebabkan penggunaan yang terus menerus terhadap uang elektronik. *Facilitating condition* berpengaruh sangat signifikan terhadap *use behavior*. Infrastruktur teknis saat ini yang telah mendukung dalam penggunaan uang elektronik akan mengakibatkan penggunaan secara terus menerus. *Behavioral intention* berpengaruh sangat signifikan terhadap *use behavior*. Efisiensi dari segi waktu dan tenaga, kepraktisan, keamanan dan pengaruh lingkungan dalam menggunakan uang elektronik mempengaruhi pengguna untuk melakukan transaksi menggunakan uang elektronik.

Saran

Saran penelitian lanjutan adalah dapat melakukan penelitian dengan pendekatan sektor selain *payment* pada teknologi finansial. Selain itu, memperbesar objek penelitian dan tidak hanya fokus pada satu generasi. Melibatkan variabel moderator pada UTAUT 2 yaitu *age* (usia), *gender* (jenis kelamin) dan *experience* (pengalaman) sesuai model UTAUT 2. Objek penelitian tidak hanya fokus ke pengguna uang elektronik tapi juga masyarakat yang belum menggunakan uang elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dailysocialid. 2017. Fintech Report. daily socialid.id. Diakses 05 Februari 2018.
- Edwards Jr James Ray. 2017. Undergraduate student acceptance and use of mobile learning in speech preparation using skype. Indiana State University.
- Fauzi Achmad. 2018. Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek Dan Grab Di Kalangan Mahasiswa Telkom University). Universitas Telkom. *E-Proceeding of Management : Vol.5, No.2 Agustus 2018*
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haywood Dana. 2017. The Relationship between Nonprofit Organizations and Cloud Adoption Concerns. Walden University
- Howe N, Strauss W. 2000. Millennials rising: The next great generation. Vintage
- Indonesia's Fintech Association (IFA) dan Otoritas Jasa Keuangan. 2016. *Financial Technology* di Indonesia.
- Jakpat. 2017. Online ride booking apps. Jakpat.net. Diakses 11 Februari 2018.
- Jakpat. 2017. Are you cashless society?. Jakpat.net. Diakses 11 Februari 2018
- Latan H, Ghozali I. 2012. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi*. Semarang (ID): Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Moh. Nazir. (1998). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Santoso Singgih. 2010. *Statistik parametrik*. Elex Media Komputindo
- Setiadjie Revie Pratama, Teguh Widodo. 2017. Analisis Antecedent Behavioral Intention Dan Pengaruhnya Terhadap Use Behavior Pada Layanan Musik Online Berbasis Langganan Di Indonesia: Studi Dengan Menggunakan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2. Universitas Telkom. *E-Proceeding of Management : Vol.4, No.2 Agustus 2017*
- Shaoling Fu, Jiawei Huang, Yanmei Yan, Yangjun Ou. 2014. Research on undergraduates' continuous using behaviors of WeChat: data from China. South China Agricultural University.

- Journal of Chemical and Pharmaceutical Research*, 2014, 6(6):125-130
- Sumarwan Ujang. 2011. *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Venkatesh, Viswanath, Morris.2003. User acceptance of information technology: Toward a unified view. 27: 425.478.
- Venkatesh, Thong JYL, Xu X. 2012. Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. 36 (1): 157-178.
- Waluyo M. 2011. *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling (Untuk Aplikasi Model dalam Penelitian Teknik Industri, Psikologi, Sosial dan Manajemen)*. Jakarta (ID): PT. Indeks