

Determinan Minat Menggunakan Uang Elektronik Pada Aplikasi ShopeePay (Sebuah Persepektif *Technology Acceptance Model (TAM)*)

Kharisma Nugraha Putra¹, Merisa Oktaria², Astia Putriana³

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UPR; Kharismanugraha7@gmail.com

²Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UPR; merisa.oktaria@fkip.upr.ac.id

³Politeknik Negeri Tanah Laut; astiaputri@politala.ac.id

* Correspondence author: Kharismanugraha7@gmail.com; Telp: +62822112020XX

Abstract: This research adopted the Technology Acceptance Model to examine the factors affecting the intentions to use electronic money on digital application shopeepay. The purpose of this research are to examine the effect of perceived ease of use and perceived usefulness on the intentions to use electronic money on digital application shopeepay. The sample in this study were undergraduate students of the economic education study program at the University of Palangka Raya who were active in the even semester of the 2021/2022 academic year. The method of data collection is survey using questionnaire as instrument of the research. The amount of the sample was 70. The data was analysed using Structural Equation Modelling- Partial least square (SEM-PLS) with SmartPLS 3.0. The result of research finds perceived ease of use and perceived usefulness has a positive effect on the intentions to use electronic money on digital application shopeepay.

Keyword: intentions to use electronic money on shopeepay, technology acceptance model, perceived ease of use, perceived usefulness

Abstrak: Penelitian ini mengadopsi *Technology Acceptance Model* untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik pada aplikasi digital *shopeepay*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada aplikasi digital *shopeepay*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 program studi pendidikan ekonomi Universitas Palangka Raya yang berstatus aktif pada semester genap tahun ajaran 2021/2022. Metode pengumpulan data adalah survey menggunakan kuisioner sebagai instrument penelitian. Jumlah sampel sebanyak 70. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modelling-Partial least square (SEM-PLS)* dengan program Smart PLS 3.0. Hasil penelitian menemukan persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik pada aplikasi digital *shopeepay*.

Kata Kunci: minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*, *technology acceptance model*, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan.

1. Pendahuluan

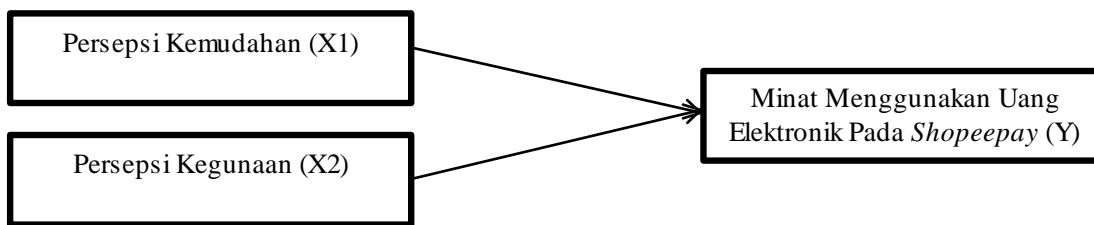
Seiring dengan berkembangnya zaman serta kemajuan teknologi yang semakin cepat dan pesat, hal tersebut mempunyai dampak yang sangat besar terhadap perekonomian di Indonesia. Salah satu dampak dari perkembangan tersebut adalah munculnya inovasi baru pada sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi (Rahmatika & Fajar, 2019). Pada mulanya masyarakat menggunakan sistem pembayaran tunai (*cash based*) dengan menggunakan uang tunai saat melakukan transaksi, di zaman sekarang munculnya inovasi sistem pembayaran baru dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu sistem pembayaran elektronik (*non cash based*). Salah satu instrument pembayaran elektronik tersebut adalah uang elektronik (Priambodo & Prabawani, 2016).

Uang elektronik adalah sebagai alat pembayaran yang diaplikasikan melalui media elektronik yang didapat dengan cara mendepositkan uang ke penerbit ataupun agen yang diperuntukkan ketika melakukan transaksi ekonomi atau pembayaran (Rivai et al., 2007). Diawal perilisanya, penerbitan uang elektronik ini hanya diterbitkan pada sebuah kartu pembayaran dalam bentuk chip. Namun sekarang, penggunaan uang elektronik sudah berkembang dengan berbasis server yang bisa diaplikasikan dengan menggunakan aplikasi pada perangkat elektronik, penerbit uang elektronik pun juga tidak hanya bank tetapi juga lembaga selain bank (Aksami & Jember, 2019). Uang elektronik sebagai alat pembayaran yang modern, dapat digunakan tidak hanya menggunakan kartu saja, namun juga bias digunakan melalui aplikasi berbasis digital (Octabriyantiningtyas et al., 2019). Dehghan & Haghighi (2015) menjelaskan penggunaan uang elektronik memiliki keuntungan diantaranya adalah lebih rendah biaya, tidak lamban, tidak susah diakses, bisa diandalkan, dan risiko yang dapat diterima tingkatannya oleh pengguna. Gladys & Rantung (2020) juga menjelaskan hal yang serupa dimana penggunaan uang elektronik memiliki kelebihan diantaranya adalah lebih cepat untuk transaksi yang kecil dikarenakan pengguna tanpa perlu menyediakan uang pas dalam melakukan transaksi dan menyimpan uang kembalinya, penghitungan pengembalian dalam bertransaksi dapat diminimalisir kesalahannya dengan menggunakan uang elektronik, dan waktu yang digunakan dalam melakukan transaksi lebih cepat. Penggunaan uang tunai cenderung tidak efisien dikarenakan memakan waktu cukup lama jika bertransaksi bahkan rentan terhadap resiko diantaranya peredaran uang palsu dan terjadinya perampokan (Syafi'i & Widijoko, 2016). Walaupun uang elektronik didalam penggunaannya sangat efektif dan efisien, faktanya penggunaan uang tunai masih menjadi pilihan utama di masyarakat Indonesia. Masih banyak masyarakat yang belum menggunakan fasilitas uang elektronik dengan keefektifan serta keefisienan yang ditawarkan dengan banyaknya penggunaan uang tunai dalam membayar barang atau jasa (Tazkiyyaturrohman, 2018). Di Kawasan ASEAN, Indonesia masih tertinggal tingkat pertumbuhan transaksi dengan menggunakan pembayaran elektronik dibandingkan dengan Kawasan ASEAN lainnya (Taufan & Yuwono, 2019).

Minat menggunakan uang elektronik merupakan faktor penting yang menjadi perhatian pemerintah agar sosialisasi untuk penggunaan uang elektronik dapat efektif dan efisien. Mengingat penggunaan uang elektronik merupakan salah satu program pemerintah melalui program Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) bertujuan untuk menciptakan kesadaran masyarakat untuk menggunakan instrument *non* tunai, sehingga dengan bertahap terbentuknya masyarakat yang lebih menggunakan instrument *non* tunai (*less cash society*) ketika melakukan kegiatan ekonominya khususnya dalam melakukan transaksi (Fitriana & Wingdes, 2017). Selain itu, dimasa pandemic sekarang penggunaan uang elektronik sangat penting dalam upaya untuk meminimalisir penyebaran virus Covid-19 dengan menghindari kontak fisik secara langsung, penggunaan uang elektronik dapat meminimalisir kontak fisik secara langsung dibandingkan penggunaan uang tunai. Salah satu teori yang dapat menjelaskan minat seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi baru adalah teori *Technology Acceptance mode* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Davis (1989) menjelaskan minat menggunakan (*intention to use*) adalah sebuah tingkatan yang menggambarkan besarnya kemauan atau desakan seorang buat melaksanakan perilaku. Dalam teori *Technology Acceptance mode* (TAM) paling tidak terdapat dua faktor yang akan mempengaruhi minat pengguna dalam mengadopsi suatu teknologi baru yaitu *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan dan *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan (Davis, 1989). Persepsi kemudahan (*perceived easy of use*) adalah kondisi dimana pengguna percaya jika dengan menggunakan atau mengaplikasikan suatu sistem tidak lagi diperlukan upaya apapun (Davis, 1989). Jika pengguna merasa mudah hingga akan terus mendesak pengguna untuk menggunakan sistem tersebut, sebab dengan terdapatnya sistem tersebut memberikan manfaat efektifitas dan efisiensi waktu bagi pengguna (Jogiyanto, 2007). Jika pengguna merasakan kemudahan penggunaan pada sistem pembayaran dengan menggunakan uang elektronik, maka akan semakin mendorong minat pengguna untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik dalam melakukan transaksi ekonominya (Ulurrosyad & Jayanto, 2020; Legi et al., 2020; Ariningsih et al., 2022; &

Rahmatika & Fajar, 2019). Faktor lain yang mempengaruhi minat dalam menggunakan sistem pembayaran *uang elektronik* yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Menurut Venkatesh & Davis (2000) persepsi kegunaan adalah sebuah tingkatan yang menggambarkan keyakinan seseorang suatu teknologi jika digunakannya maka kinerja pekerjaan dalam dirinya akan meningkat. Hal ini didukung oleh Jogiyanto (2007) yang menjelaskan persepsi kegunaan adalah sebuah tingkat keyakinan pengguna bahwa jika menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jika pengguna merasakan adanya kegunaan pada sistem pembayaran elektronik, maka akan semakin mendorong pengguna untuk memanfaatkan sistem pembayaran uang elektronik, karena adanya kegunaan yang dirasakan bagi pengguna (Rahmatika & Fajar, 2019; Ariningsih et al., 2022; Wiradimaja & Rikumahu, 2019; & Darista & Mujilan, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelelaskan minat menggunakan uang elektronik pada aplikasi berbasis digital dengan mengadopsi pendekatan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Model TAM dipilih dikarenakan merupakan model prediksi penerimaan teknologi informasi yang sudah banyak digunakan dalam beberapa penelitian serta model teoritis yang mampu menjelaskan serta membantu memahami perilaku pemakai dalam menggunakan sistem informasi (Legris et al., 2003). Sedangkan aplikasi berbasis digital dalam penelitian ini adalah *shopeepay*. *Shopeepay* merupakan uang elektronik pada aplikasi digital yang paling banyak digunakan dibandingkan yang lainnya (Setiawan, 2020). Berdasarkan latarbelakang diatas adapun model pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian pada Gambar.1 bisa dilihat minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*

Davis (1989) mengemukakan dalam *Technology Acceptance mode* (TAM) bahwa adanya pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan. Pengguna yang merasakan adanya kemudahan ketika menggunakan suatu sistem informasi akan meningkatkan minat pengguna untuk menggunakannya. Semakin tinggi persepsi kemudahan pengguna sistem pembayaran dengan menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam bertransaksi, maka semakin tinggi keinginan pengguna menggunakan sistem pembayaran dengan menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* saat melakukan transaksi.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan uang elektronik yaitu Ulurrosyad & Jayanto (2020); Legi et al (2020); Ariningsih et al (2022); & Rahmatika & Fajar (2019). Berdasarkan penjelasan diatas, adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*.

b. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*

Davis (1989) mengemukakan dalam *Technology Acceptance mode* (TAM) bahwa adanya pengaruh antara persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan. Pengguna yang merasakan terdapat kegunaan

dalam menggunakan teknologi informasi berdampak pada minat pengguna untuk menggunakan teknologi informasi tersebut. Semakin tinggi persepsi kegunaan yang dirasakan pengguna sistem pembayaran dengan menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam bertransaksi, maka semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakan sistem pembayaran dengan menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* saat melakukan transaksi.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh positif persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan uang elektronik yaitu Ariningsih et al (2022); & Rahmatika & Fajar (2019); Wiradimaja & Rikumahu (2019); & Darista & Mujilan (2021). Berdasarkan penjelasan diatas, adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₂: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*.

2. Metode

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya yang berstatus aktif pada semester genap tahun ajaran 2021/2022 yang berjumlah sebanyak 230 mahasiswa.

Metode *convenience sampling* digunakan sebagai metode pengambilan sampel penelitian ini dengan tingkat kesalahan sebesar 10% sampel yang dianggap representative dari daftar pengambilan sampel. Rumus *slovin* digunakan untuk menghitung jumlah sampel, sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 70 responden.

Definisi Operasional Variabel

Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*. Variabel independen pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Definisi operasional dan pengukuran masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

a. Minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* (*intention to use*)

Minat menggunakan (*intention to use*) adalah sebuah tingkatan yang menggambarkan besarnya kemauan atau desakan seorang buat melaksanakan perilaku (Davis, 1989). Minat pada penelitian ini adalah minat untuk menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* pada saat bertransaksi. Pengukuran minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam penelitian ini adalah replikasi dari instrumen penelitian Sari (2021) adapun indikator yang digunakan adalah keinginan menggunakan, selalu mencoba menggunakan, berlanjut dimasa yang akan datang.

b. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*)

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai kondisi dimana pengguna percaya jika dengan menggunakan atau mengaplikasikan suatu sistem tidak lagi diperlukan upaya apapun (Davis, 1989). Persepsi kemudahan dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan pada sistem pembayaran dengan menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* pada saat bertransaksi. Pengukuran persepsi kemudahan menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam penelitian ini adalah replikasi dari instrumen penelitian Sari (2021) adapun indikator yang digunakan adalah mudah untuk digunakan dan mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.

c. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) adalah sebuah tingkatan yang menggambarkan keyakinan seseorang suatu teknologi jika digunakannya maka kinerja pekerjaan dalam dirinya akan meningkat (Venkatesh & Davis, 2000). Persepsi kegunaan dalam penelitian ini adalah persepsi seseorang menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* pada saat bertransaksi memberikannya manfaat serta berguna bagi dirinya. Pengukuran persepsi kegunaan menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam penelitian ini adalah replikasi dari instrumen penelitian Sari (2021) adapun indikator yang

digunakan adalah perasaan aman, proses penyelesaian transaksi lebih cepat, proses transaksi lebih efisien, dan lebih teliti.

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survei dengan menggunakan kuisisioner sebagai instrumen penelitian. Kuisisioner di buat secara *online* dengan menggunakan aplikasi *google form*. Kuisisioner berisikan respon atas pernyataan dari minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*, persepsi kemudahan, dan persepsi kegunaan yang diukur dengan skala *likert* lima poin. Format respon menunjukkan mulai dari skor terendah sangat tidak setuju hingga skor tertinggi sangat setuju.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling-Partial least square (SEM-PLS)* dengan bantuan program *SmartPLS 3.0*. Analisis *SEM-PLS* terdiri dari dua tahap evaluasi yaitu *outer model* dan *inner model* (Ghozali & Latan, 2015). Tahap pertama yaitu evaluasi *outer model*, dilakukan untuk melihat validitas dan reliabilitas data. Uji validitas dalam *outer model* dilakukan dengan menguji validitas konvergen dan validitas diskriminan. Tahap kedua yaitu *evaluasi inner model* dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Respon Rate

Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data primer dengan kuisisioner sebagai instrumennya. Kuisisioner di buat secara *online* dengan menggunakan aplikasi *google form*, kemudian dibagikan kepada responden. Pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner kepada responden secara *online* dengan cara dibagikan langsung oleh peneliti dan melalui bantuan ketua kelas setiap mata kuliah untuk menyebarkan ke grup kelas *Whatsapp*. Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan terdapat 70 kuisisioner yang diisi oleh responden. Secara keseluruhan kuisisioner terisi lengkap sehingga dapat digunakan sebagai data dalam penelitian ini.

Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian akan menjelaskan karakteristik jawaban responden dari masing masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis deskriptif dilakukan berdasarkan nilai rata-rata jawaban responden atas skala *likert* lima poin, nilai yang rendah menunjukkan sangat tidak setuju sedangkan nilai yang tinggi menunjukkan sangat setuju. Hasil statistik deskriptif variabel penelitian dapat dilihat pada tabel.1 sebagai berikut:

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

| Variabel | Mean | Keterangan |
|---|------|------------|
| Persepsi Kemudahan | 3.95 | Setuju |
| Persepsi Kegunaan | 3.90 | Setuju |
| Minat Menggunakan Uang elektronik pada <i>Shopeepay</i> | 3.69 | Setuju |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1, statistik deskriptif dari jawaban responden menunjukkan secara rata-rata jawaban responden pada tiap variabel. Variabel minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* menunjukkan *mean* sebesar 3,69, artinya mayoritas responden menyatakan memiliki minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*. Variabel persepsi kemudahan menunjukkan *mean* sebesar 3,95, artinya mayoritas responden menyatakan merasa mudah bertransaksi menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*. Variabel persepsi kegunaan menunjukkan *mean* sebesar 3,90, artinya mayoritas responden menyatakan adanya kegunaan atau kemanfaatan bertransaksi menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*.

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*Outer model*) adalah suatu penilaian yang diperuntukan untuk menguji validitas dan reliabilitas pada sebuah konstruk penelitian. Pengujian yang dilakukan untuk menilai *outer model* diantaranya adalah validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas.

Untuk melihat validitas konvergen dari model pengukuran (*Outer model*) adalah melalui hubungan antara indikator (skor item) dengan skor konstraknya. Suatu indikator dapat dinyatakan valid apabila memperoleh nilai *loading factor* >0,6 dan juga dengan memperhatikan nilai *Average Variance Extrracted (AVE)* >0,5 (Ghozali & Latan, 2015). Hasil pengujian validitas konvergen dapat dilihat pada tabel.2 sebagai berikut:

Tabel 2. *Output Outer Loadings SmartPLS*

| Variabel | Kode | <i>Loading Factor</i> | Keterangan |
|--|------|-----------------------|------------|
| Persepsi Kemudahan (X1) | PM1 | 0.855 | Valid |
| | PM2 | 0.883 | Valid |
| | PM3 | 0.636 | Valid |
| | PM4 | 0.670 | Valid |
| Persepsi Kegunaan (X2) | PK1 | 0.745 | Valid |
| | PK2 | 0.788 | Valid |
| | PK3 | 0.705 | Valid |
| | PK4 | 0.667 | Valid |
| Minat Menggunakan Uang elektronik pada Shopeepay (Y) | Y1 | 0.724 | Valid |
| | Y2 | 0.768 | Valid |
| | Y3 | 0.713 | Valid |
| | Y4 | 0.762 | Valid |
| | Y5 | 0.647 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan table 2 menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai *loading faktor* lebih besar dari 0.6. Secara keseluruhan dapat dijelaskan instrumen pernyataan atau indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. *Output Construct Reliability and Validity SmartPLS*

| Variabel | Nilai AVE | Keterangan |
|--|-----------|------------|
| Persepsi Kemudahan (X1) | 0.591 | Valid |
| Persepsi Kegunaan (X2) | 0.530 | Valid |
| Minat Menggunakan Uang elektronik pada Shopeepay (Y) | 0.524 | Valid |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel 3 dapat diketahui bahwa hasil dari uji nilai *Average Variance Extrracted (AVE)* dari variable persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan minat menggunakan *uang elektronik*

pada *shopeepay* memiliki nilai lebih besar dari 0,5. Secara keseluruhan dapat dijelaskan instrumen pernyataan atau indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas konvergen.

Pengujian validitas selanjutnya adalah validitas diskriminan. Validitas diskriminan diukur dengan membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extrracted (AVE)* pada tiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Validitas diskriminan yang bagus yaitu akar kuadrat *Average Variance Extrracted (AVE)* pada setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk dalam model (Ghozali dan Latan, 2015). Hasil uji validitas diskriminan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. *Output Discriminant Validity SmartPLS*

| | Persepsi Kemudahan (X1) | Persepsi Kegunaan (X2) | Minat Menggunakan Uang elektronik pada <i>Shopeepay</i> (Y) |
|---|-------------------------|------------------------|---|
| Persepsi Kemudahan (X1) | 0.769 | | |
| Persepsi Kegunaan (X2) | 0.345 | 0.728 | |
| Minat Menggunakan Uang elektronik pada <i>Shopeepay</i> (Y) | 0.456 | 0.569 | 0.724 |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan data pada Tabel diketahui bahwa hasil dari uji validitas diskriminan dari variable persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan minat menggunakan *uang elektronik* pada *shopeepay* memiliki akar kuadrat *AVE* lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk dalam model. Kesimpulannya yaitu seluruh indikator pertanyaan dalam variabel penelitian ini valid atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan keakuratan, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam pengukuran konstruk. Dalam mengukur reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *composite reliability*. Indikator dianggap reliabel apabila memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2015). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 5. *Output Construct Reliability and Validity Smart PLS*

| Variabel | Composite Reliability | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|---|-----------------------|------------------|------------|
| Persepsi Kemudahan (X1) | 0.850 | 0.783 | Reliabel |
| Persepsi Kegunaan (X2) | 0.818 | 0.705 | Reliabel |
| Minat Menggunakan Uang elektronik pada <i>Shopeepay</i> (Y) | 0.846 | 0.775 | Reliabel |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan data pada tabel 5 diketahui bahwa hasil dari uji reliabilitas dari variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan minat menggunakan *uang elektronik* pada *shopeepay* memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7. Kesimpulannya yaitu seluruh indikator pertanyaan dalam variabel penelitian ini reliable atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Model structural (Inner model) dilakukan setelah data teruji valid dan reliabel yang memiliki tujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten berdasarkan pada teori substantif model sktruktural

dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen. *R-Square* digunakan untuk mengukur kekuatan prediksi dari model struktural. *R-Squares* menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Nilai *R-squares* 0.67, 0.33 dan 0.19 menunjukkan model yang kuat, moderat dan lemah (Ghozali & Latan, 2015). Model pengujian yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Output R Square SmartPLS

| | <i>R Square</i> | <i>R Square Adjusted</i> |
|---|-----------------|--------------------------|
| Minat Menggunakan Uang elektronik pada <i>Shopeepay</i> (Y) | 0.400 | 0.382 |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel.6 menunjukkan nilai *R Square* untuk variabel minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* sebesar 0.400. Hal ini dapat diinterpretasikan sebesar 40% minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Sedangkan sisanya 60% diterangkan oleh variabel lainya diluar penelitian ini.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, *t-statistik* dan *p-values*. Hipotesis diterima jika nilai signifikansi *t-statistik* lebih besar dari 1.96 dan atau nilai *p-values* kurang dari 0.05. Secara ringkas hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Output Path Coefficients SmartPLS

| | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standart Deviation (STDEV)</i> | <i>t-statistik</i> | <i>P values</i> | <i>Ket</i> |
|--------------------|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------------|-----------------|--------------------|
| Persepsi Kemudahan | 0.295 | 0.308 | 0.097 | 3.057 | 0.002 | Hipotesis diterima |
| Persepsi Kegunaan | 0.467 | 0.490 | 0.080 | 5.862 | 0.000 | Hipotesis diterima |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel.7 dapat dilihat variable persepsi kemudahan memiliki nilai *t-statistik* 3.057 yang lebih besar dari 1.96 dan nilai *p values* 0.002 lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* diterima. Begitu pula dengan variable persepsi kegunaan memiliki nilai *t-statistik* 5.862 yang lebih besar dari 1.96 dan nilai *p values* 0.000 lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* diterima.

Pembahasan

a. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*

Konstruk persepsi kemudahan mempunyai memiliki pengaruh positif yang signifikan yang menyajikan *original sample* persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* yakni 0.295. Nilai *t-statistik* sebesar 3.057 lebih besar dari 1.96, dan nilai *p values* sebesar 0.002 lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu hipotesis 1 diterima yang menyatakan adanya pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*. Semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan uang elektronik pada *shopeepay*, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*. Sebaliknya semakin rendah

persepsi mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan uang elektronik pada *shopeepay*, maka semakin rendah minat mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*.

Hasil penelitian ini didukung data empiris yang menunjukkan bahwa rata-rata persepsi kemudahan dalam kireteria tinggi dengan nilai 3.95. Tingginya persepsi kemudahan menunjukkan sebagian besar mahasiswa cenderung merasa mudah dalam bertansaksi saat menggunakan uang elektronik pada aplikasi *shopeepay*. Hal ini dukung dengan pengakuan mahasiswa rerata menyatakan bahwa menggunakan uang elektronik pada aplikasi *shopeepay* lebih praktis, lebih *flexible*, mudah digunakan dan mudah dipahami. Tingginya persepsi kemudahan yang dirasakan saat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam bertansaksi berdampak pada tingginya minat mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam bertransaksi. Minat mahasiswa menggunakan penggunaan uang elektronik pada *shopeepay* juga menunjukkan bahwa rata-rata persepsi mahasiswa dalam kireteria tinggi dengan nilai 3.69. Tingginya minat mahasiswa menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* menunjukkan sebagian mahasiswa memiliki minat untuk menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam bertransaksi Hal ini dukung dengan pengakuan mahasiswa rerata menyatakan bahwa menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* tertarik karena syarat dan ketentuannya mudah, senang karena dapat melakukan berbagai transaksi, banyak transaksi yang dapat dilakukan, karena memahami manfaatnya dan keinginan menggunakan kembali dikarenakan adanya keutungan yang didapatkan.

Hasil penilitan ini adalah kelanjutan dari implementasi persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan suatu teknologi baru berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Temuan ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi baru (Davis, 1989). Pengguna yang merasakan adanya kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi akan meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan teknologi informasi tersebut

Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hasil ini konsisten dengan penelitian Ulurrosyad & Jayanto (2020) yang menyatakan semakin tingginya persepsi kemudahan seseorang dalam menggunakan uang elektronik, maka semakin tingggi minat seseorang untuk menggunakan uang elektronik, karena dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Hal ini juga didukung Legi et al (2020) yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hasil serupa juga Ariningsih et al (2022) dan Rahmatika & Fajar (2019).

b. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*

Konstruk persepsi kegunaan mempunyai memiliki pengaruh positif yang signifikan yang menyajikan *original sample* persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* yakni 0.467. Nilai *t-statistik* sebesar 5.862 lebih besar dari 1.96, dan nilai *p values* sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu hipotesis 2 diterima yang menyatakan adanya pengaruh positif persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*. Semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap kegunaan penggunaan uang elektronik pada *shopeepay*, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*. Sebaliknya semakin rendah persepsi mahasiswa terhadap kegunaan penggunaan uang elektronik pada *shopeepay*, maka semakin rendah minat mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*.

Hasil penelitian ini didukung data empiris yang menunjukkan bahwa rata-rata persepsi kegunaan dalam kireteria tinggi dengan nilai 3.90. Tingginya persepsi kegunaan menunjukkan sebagian besar mahasiswa cenderung merasakan adanya kegunaan bagi dirinya dalam bertansaksi saat menggunakan uang elektronik pada aplikasi *shopeepay*. Hal ini dukung dengan pengakuan mahasiswa rerata menyatakan bahwa menggunakan uang elektronik pada aplikasi *shopeepay* merasa aman, proses penyelesaian lebi cepat, proses transaksi lebih efisien dengan diskon yang diperoleh, dan lebih teliti.

Tingginya persepsi kegunaan yang dirasakan saat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam bertansaksi berdampak pada tingginya minat mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam bertransaksi. Minat mahasiswa menggunakan penggunaan uang elektronik pada *shopeepay* juga menunjukkan bahwa rata-rata persepsi mahasiswa dalam kireteria tinggi dengan nilai 3.69. Tingginya minat mahasiswa menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* menunjukkan sebagian mahasiswa memiliki minat untuk menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* dalam bertransaksi Hal ini dukung dengan pengakuan mahasiswa rerata menyatakan bahwa menggunakan uang elektronik pada *shopeepay* tertarik karena syarat dan ketentuannya mudah, senang karena dapat melakukan berbagai transaksi, banyak transaksi yang dapat dilakukan, karena memahami manfaatnya dan keinginan mengunkan kembali dikarenakan adanya keuntungan yang didapatkan.

Hasil penilitan ini adalah kelanjutan dari implementasi persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan suatu teknologi baru berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Temuan ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi baru (Davis, 1989). Pengguna yang merasakan terdapat kegunaan dalam menggunakan teknologi informasi berdampak pada minat pengguna untuk menggunakan teknologi informasi tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hasil ini konsisten dengan penelitian Ariningsih et al (2022) yang menyatakan semakin tingginya persepsi kegunaan seseorang dalam menggunakan uang elektronik, maka semakin tinggi minat seseorang untuk menggunakan uang elektronik, karna dapat memberikan pengaruh yang positif dan dapat meningkatkan kinerjanya. Hal ini juga didukung Rahmatika & Fajar (2019) yang menyatakan persepsi kegunaan berpengaruh besar terhadap minat, karena dianggap paling mampu menjelaskan kegunaan dari layanan uang elektronik ini. Hasil serupa juga diungkapkan penelitian Wiradimaja & Rikumahu (2019) dan Darista & Mujilan (2021).

4. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik pada *shopeepay*. Hasil penelitian ini mendukung *Technology Acceptance Model* (TAM) sepenuhnya yang menyatakan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam mengadopsi suatu sistem teknologi baru adalah persepsi pemudahan dan persepsi kegunaan (Davis, 1989). Penelitian ini secara teoritis dapat menunjukkan bahwa *Technology Acceptance Model* sebuah model yang dapat digunakan untuk memprediksi maupun menjelaskan minat seseorang untuk menggunakan uang elektronik. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan informasi kepada Bank Indonesia dan para pengembang aplikasi digital uang elektronik dalam melakukan sosialisasi Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) agar dapat memperhatikan faktor kemudahan dan faktor kegunaan bagi pengguna uang elektronik.

5. Daftar Pustaka

- Aksami, N. M. D., & Jember, I. M. 2019. Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 8(10), 2439–2470.
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G. 2022. Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 11(2), 227–238. <https://doi.org/10.30588/JMP.V11I2.916>
- Darista, S. M. ., & Mujilan. 2021. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Pembayaran E-Money. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 09(01), 27–37. Diambil dari

https://www.researchgate.net/publication/353546580_Pengaruh_Persepsi_Kegunaan_Persepsi_Kemudahan_Persepsi_Kepercayaan_dan_Persepsi_Risiko_Terhadap_Minat_Penggunaan_Aplikasi_OVO_sebagai_Alut_Pembayaran_E-Money

- 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>
- Dehghan, F., & Haghighi, A. 2015. E-money regulation for consumer protection. *International Journal of Law and Management*, 57(6), 610–620. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-06-2014-0042>
- Fitriana, A., & Wingdes, I. 2017. Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan e-Money Indomaret Card di Pontianak. *Techno.Com*, 16(4), 401–410. <https://doi.org/10.33633/TC.V16I4.1515>
- Ghozali, I., & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (2 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glady, J. E., & Rantung, R. 2020. ANALISIS DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN E-MONEY DI KALANGAN MILLENNIALS DENGAN PENDEKATAN UTAUT. *Klabat Journal of Management*, 1(1), 90–104. <https://doi.org/10.31154/KJM.V1I1.451.90-104>
- Jogiyanto, H. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Legi, D., Legi, D., & Saerang, R. T. 2020. The Analysis Of Technology Acceptance Model (Tam) On Intention To Use Of E-Money In Manado (Study On: Gopay, Ovo, Dana). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4), 624–632. <https://doi.org/10.35794/EMBA.8.4.2020.30951>
- Legris, P., Ingham, J., & Collette, P. 2003. Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information and Management*, 40(3), 191–204. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00143-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00143-4)
- Octabriyantiningtyas, D., Suryani, E., & Jatmiko, A. R. 2019. Modeling Customer Satisfaction with the Service Quality of E-Money in Increasing Profit of PT. Telekomunikasi Indonesia. *Procedia Computer Science*, 161, 943–950. <https://doi.org/10.1016/J.PROCS.2019.11.203>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. 2016. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *JIAB*, 2(2), 127–135. Diambil dari <https://www.neliti.com/id/publications/189335/pengaruh-persepsi-manfaat-persepsi-kemudahan-penggunaan-dan-persepsi-risiko-terha>
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. 2019. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>
- Rivai, V., Veithzal, A. P., & Idroes, F. N. 2007. *Bank and Financial Institution Management*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. Diambil dari <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=274752>
- Sari, S. W. 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Menggunakan Produk E-Money*. Universitas Islam Indonesia.
- Setiawan, W. 2020. Temuan Survei, ShopeePay Ungguli Dompok Digital Lain. Diambil 14 April 2022, dari <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/temuan-survei-shopeepay-ungguli-dompok-digital-lain/>
- Syafi'i, A., & Widijoko, G. 2016. Determinan Minat Individu Menggunakan Uang Elektronik: Pendekatan Modifikasi Technology Acceptance Model | Syafi'i | Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2). Diambil dari <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2014>
- Taufan, A., & Yuwono, R. T. 2019. Analysis of Factors That Affect Intention to Use e-Wallet through the Technology Acceptance Model Approach (Case Study: GO-PAY). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 8(7). Diambil dari https://www.researchgate.net/publication/335028066_Analysis_of_Factors_That_Affect_Intention

n_to_Use_e-Wallet_through_the_Technology_Acceptance_Model_Approach_Case_Study_GO-PAY

- Tazkiyyaturrohmah, R. 2018. Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 21–39.
- Ulurrosyad, M. F., & Jayanto, P. Y. 2020. Faktor-Faktor Dalam Menggunakan E-Money (Gopay) Pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang. *Moneter - Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 105–112. <https://doi.org/10.31294/MONETER.V7I1.7634>
- Venkatesh, V., & Davis, F. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46, 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wiradimaja, M. F., & Rikumahu, B. 2019. Pengaruh Faktor Risiko dan Faktor Kepercayaan terhadap Adopsi Electronic Wallet Menggunakan Model TAM (Studi Kasus: E-Wallet Ovo di Kota Bandung). *Proceeding of Management*, 6(2), 2457–2465. Diambil dari <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9825>