

PERKEMBANGAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E-MONEY (STUDI KASUS MAHASISWA DI KABUPATEN PONOROGO)

Riza Akhsani Setyo Prayoga
Bisnis Digital Institut Teknologi Telkom Surabaya
rizayoga30@ittelkom-sby.ac.id

Nicko Nur Rakhmaddian
Teknik Logistik Institut Teknologi Telkom Surabaya
nickonurrakhmaddian@ittelkom-sby.ac.id

Informasi Artikel

Tanggal Masuk:
31 Desember 2021

Tanggal Revisi:
17 Januari 2022

Tanggal Diterima:
7 Februari 2022

Publikasi On line:
12 Maret 2022

Abstract

E-Money is an electronic payment instrument that is well known by the public. The purpose of this study is to find out and analyze what factors influence the use of e-money on students. This research is a qualitative research by conducting a survey to students by taking a sample of 50 students from 3 different campuses. Then for the analysis technique using SEM-PLS where this technique is quite focused on predictions and calculations. Furthermore, for the results of the analysis, it was found that there are four factors that have quite an important role in the use of e-money among students including factors, trust, convenience factors, security factors and feature factors, from that all students are quite comfortable and calm in using e-money. Students also find it more practical to use e-money rather than carrying cash. Then in addition to the four factors above, there are cost factors, profit factors, and risk factors. These three factors have a small impact when the analysis is carried out, this shows that these factors have less influence on student behavior in the use of e-money.

Key Words: E-Money, Student, Ponorogo, Payment Transactions, SEM-PLS

Abstrak

E-Money adalah alat pembayaran elektronik yang cukup dikenal oleh masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan e-money pada mahasiswa. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan melakukan survey kepada mahasiswa dengan mengambil sampel 50 mahasiswa dari 3 kampus yang berbeda. Kemudian untuk teknik analisisnya menggunakan SEM-PLS dimana teknik ini cukup fokus dalam prediksi maupun perhitungan. Selanjutnya untuk hasil analisa, didapatkan bahwa ada empat faktor yang cukup memiliki peran penting dalam penggunaan e-money di kalangan mahasiswa diantaranya faktor, kepercayaan, faktor kemudahan, faktor keamanan dan faktor fitur, dari hal itu semua mahasiswa cukup nyaman dan tenang dalam menggunakan e-money. Mahasiswa juga merasa lebih praktis dengan penggunaan e-money daripada membawa uang tunai. Kemudian selain empat faktor di atas terdapat faktor biaya, faktor keuntungan, faktor resiko. Ketiga faktor ini memberikan dampak kecil ketika dilakukan analisa, hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor ini kurang berpengaruh dalam perilaku mahasiswa dalam penggunaan e-money.

Key Words: E-Money, Mahasiswa, Ponorogo, Transaksi Pembayaran, SEM-PLS

PENDAHULUAN

Perkembangan Internet di dunia sudah semakin pesat begitupun juga di Indonesia. Seperti halnya kebutuhan akan suatu transaksi yang cukup mengalami peningkatan terutama transaksi dengan metode *online* atau dengan menggunakan *e-money*. Menurut Anjelina, (2018) *e-money* adalah salah satu inovasi instrument pembayaran yang muncul dari dampak perkembangan teknologi semakin pesat. Pada tahun 2009 Bank Indonesia menerbitkan izin tentang *e-money* melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor : 11/12/PBI/2009. Menurut Data Bank Indonesia, jumlah uang elektronik atau *e-money* yang beredar pada tahun 2016 sebanyak 51,3 juta kartu. Sementara, volume transaksi melalui *e-money* telah mencapai 683,2 juta kali dengan nilai 7,1 Triliun. Perkembangan *e-money* ini terus mengalami peningkatan sehingga Bank Indonesia memunculkan Gerakan

Nasional Non Tunai (GNNT) Marketeers.com (2017). Hal ini merupakan efek dari perkembangan teknologi informasi yang semakin maju. Sehingga banyak produk *e-money* yang bermunculan seperti BNI TapCash dari produk BNI, BCA Flazz Card produk dari BCA, Nobu *e-money* produk dari Bank Nobu, T-Cash Tap atau Link Aja dari produk Telkomsel, DompotKu dari produk Indosat Ooredoo, XL-Tunaiku produk dari XL. Pengguna *e-money* ini sudah menuju ke berbagai kalangan mulai dari Kalanga pelajar, mahasiswa maupun pekerja. Menurut (Anjelina, 2018) pengguna *e-money* ini disebabkan karena beberapa faktor seperti *subjective norm* yaitu orang yang sebagai konsumen dan menganggap *e-money* itu penting, *social image* yaitu konsumen menggunakan *e-money* untuk meningkatkan reputasi, *perceived benefit* yaitu konsumen yang menggunakan *e-money* untuk memudahkan aktivitas transaksi pembayaran. Kemudian menurut (Suharani, 2018) bahwa peningkatan penggunaan *e-money* membawa perubahan pemikiran masyarakat mengenai konsep kebendaan. Sehingga kini *e-money* dianggap alat pembayaran yang praktis dan modern sebab menggunakan bantuan teknologi informasi dan bisa meminimalisir kesalahan dalam bertransaksi. Mahasiswa yang saat ini cukup mengerti akan *lifestyle* yang kekinian maka dapat dikatakan mereka adalah konsumen yang sering melakukan aktivitas transaksi jual – beli. Perkembangan *Finacial Technology* yang ada saat ini mampu membuat para mahasiswa beralih dari pembayaran langsung ke pemabayaran secara elektronik menggunakan *e-money* sebab dinilai cukup praktis dan cukup memudahkan dalam melakukan transaksi. Terdapat penelitian sebelumnya yang membahas terkait *Finacial Technology* ditulis oleh (Pambudi (2019)) yang berjudul “Perkembangan FinTech di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo” yang dimana penelitian ini berfokus pada literasi pengetahuan mahasiswa UIN Walisongo akan FinTech sehingga bisa didapatkan sebuah analisa bahwa seberapa paham dan mengetahui akan perkembangan FinTech. Selain itu ada juga penelitian yang berkaitan dengan pengaruh penggunaan pembayaran dengan *e-money* ditulis oleh Rohmah & Tristiarini (2021) yang berjudul “Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang” yang berfokus dalam presepsi kemudahan, presepsi kepercayaan, presepsi manfaat akan hadirnya *e-money* sehingga hal ini masih memerlukan faktor faktor yang lain dalam mendukung dalam minat *e-money* seperti gaya hidup dan fitur layanan pada *e-money*. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti tentang apa saja yang menjadi faktor yang mempengaruhi dalam penggunaan *e-money* dimana pada penelitian sebelumnya hanya membahas dari sisi pengetahuan serta kepercayaan kepada *e-money*. Maka dari itu peneliti mencoba untuk meneliti dari beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-money* diantaranya terdapat 7 faktor seperti kemudahan, keamanan kepercayaan, biaya, keuntungan, resiko dan fitur yang ditawarkan. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh dengan judul “Perkembangan faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-money* (Studi Kasus Mahasiswa di Kabupaten Ponorogo)”. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah menganalisa faktor apa saja yang memiliki peran penting dalam mempengaruhi penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa.

TINJAUAN PUSTAKA / KAJIAN TEORITIS

E-Money

Lestari & Nofriantika (2018) menyatakan bahwa uang elektronik atau *e-money* adalah alat pembayaran dengan unsur tertentu yang dikeluarkan sesuai dengan nilai mata uang yang pertama disetorkan kemudian disimpan pada chip tertentu, sehingga uang elektronik atau *e-money* bisa dikelola menjadi media pembayaran elektronik di kemudian hari. Perkembangan *e-money* ini terus mengalami peningkatan dalam setiap tahun yang dimana dimulai dari tahun 2016.

Tabel 1.
Jumlah penggunaan *e-money*

Tahun	Jumlah penggunaan	Prosentase Peningkatan
2016	51.204.580	-
2017	90.003.848	76%
2018	167.205.578	86%
2019	292.299.320	75%
2020-Nopember	4.036..782.013	1281%

Bank Indonesia, 2021

Dalam tabel 1 diatas bisa diketahui bahwa jumlah pengguna *e-money* terus meningkat namun sempat mengalami penurunan pada tahun 2019 akan tetapi pada tahun 2020 semakin naik dan terus melonjat dengan pesat. Dari hasil tabel diatas menyimpulkan bahwa banyak pengguna yang lebih memilih uang elektronik / *e-money* daripada uang kertas. Kemudian keuntungan yang didapatkan dari *e-money* seperti mudah diterima ke masyarakat karena memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melaksanakan transaksi. Pratama & Suputra (2019) menyatakan bahwa beberapa hal yang dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen dengan *e-money* diantaranya seperti manfaat, kepraktisan pengguna dan tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan *e-money*.

Financial Technology

Miswan (2019) menyatakan bahwa *Financial Technology* adalah layanan yang menyediakan produk – produk keuangan dengan menggunakan serta memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang. Kemudian menurut Bank Indonesia menyatakan *Financial Technology* adalah hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang nantinya mengubah bisnis konvensional menuju bisnis moderat. Menurut Bank Indonesia terdapat 4 jenis *Financial Technology* yaitu : *Peer to Peer Lending* yaitu seperti layanan *Financial Technology* pinjaman dana kepada masyarakat yang berasal dari masyarakat itu sendiri dan *Crowdfunding* yaitu layanan *Financial Technology* terkait penggalangan dana dengan menggunakan teknologi untuk menyumbang korban bencana, Kemudian ada *Market Aggregator* yaitu layanan *Financial Technology* yang menyediakan beragam informasi layanan keuangan sehingga pengguna bisa memilih layanan keuangan yang di inginkan, lalu ada manajemen resiko dan investasi yaitu layanan *Financial Technology* terkait investasi dan perencanaan keuangan, dan yang terakhir adalah *Payment, Clearing dan Settlement* yaitu layanan *Financial Technology* berfokus pada transaksi pembayaran secara *online*.

E-Commerce

Marita (2012) menyatakan *e-commerce* dan *e-money* adalah dua hal teknologi yang saling berkaitan di dalam era industry 4.0. Kemudahan dalam berbelanja, bertransaksi dan melakukan *top up* menjadi kunci kesuksesan dari *e-commerce* dan *e-money*. Saat ini *e-commerce* banyak diminati oleh masyarakat karena ketersediaan barang yang terus *up to date* yang bisa dipantau secara *online* dan kemudahan dalam bertransaksi dengan penjual tanpa harus bertemu langsung. Hal ini tak terlepas dengan dunia mahasiswa yang selalu ingin bergaya *up to date* sehingga secara tidak langsung mereka meluangkan waktu untuk menggunakan *gadget*-nya untuk melihat produk yang diinginkan secara *online*. Kemudian *e-commerce* selalu memiliki cara yang unik dalam menarik minat konsumennya yaitu dengan memberikan promo atau diskon kepada barang tersebut.

Penelitian Sebelumnya

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pambudi (2019) melakukan analisa terkait *fintech* di kalangan mahasiswa, dalam penelitian tersebut menganalisa seberapa paham terkait *fintech* beserta kemudahan dalam penggunaan *fintech* tersebut. Kemudian penelitian yang dilakukan Rohmah & Tristiarin (2021) terkait Analisa *e-money* yang berdasarkan persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi manfaat. Oleh karena itu peneliti mencoba untuk menawarkan beberapa faktor baru dalam menganalisa penggunaan *e-money* yaitu keamanan, biaya, keuntungan, resiko, fitur yang ditawarkan. Sehingga nanti bisa diperoleh kira – kira faktor apa saja yang berperan penting dalam penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang melakukan survey dengan memanfaatkan *google form* lalu disebarakan kepada 50 mahasiswa dari 3 kampus yang berbeda di Kabupaten Ponorogo. Umumnya mahasiswa saat ini cukup paham dengan *gadget* yang nantinya bisa memudahkan dalam melaksanakan penelitian. Data primer yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari wawancara serta memberikan kuisioner kepada mahasiswa tersebut dengan memanfaatkan *google form*. Kemudian untuk data sekunder berasal dari informasi dari *website e-money* seperti *website e-money* Bank Mandiri www.bankmandiri.co.id/e-money, *website e-money* Bank BRI / BRI <https://bri.co.id/brizzi>, dan *website* dari Link Aja <https://www.linkaja.id/>. Data hasil survey tersebut nanti akan dianalisa dengan menggunakan aplikasi Smart PLS dimana nanti bisa diketahui kira kira faktor apa yang mempengaruhi perilaku mahasiswa untuk menggunakan *e-money*. Kemudian data yang diolah pada Smart PLS

tersebut akan muncul perhitungan statistic sehingga bisa dianalisa apa saja faktor yang berperan.. Kemudian untuk menjaga etika pada penelitian ini data terkait nama informan / nama mahasiswa dan kampus / institusi pendidikan dari mahasiswa tersebut kami samarkan. Terdapat 50 informan mahasiswa yang menjadi fokus penelitian berikut data informan yang dipergunakan untuk penelitian.

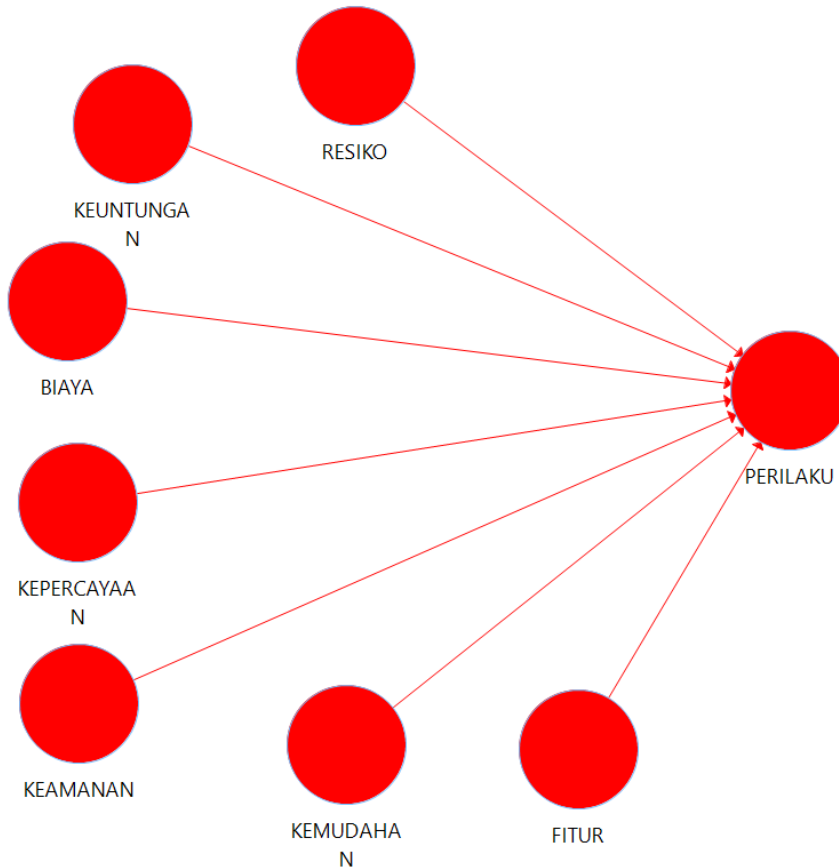
Tabel 2.
Data Informan

Usia	Jenis Kelamin	Nama Informan	Kampus Informan
18	L	Mahasiswa_1	Kampus_A
19	P	Mahasiswa_2	Kampus_B
18	L	Mahasiswa_3	Kampus_C
20	P	Mahasiswa_4	Kampus_A
22	P	Mahasiswa_5	Kampus_B
19	L	Mahasiswa_6	Kampus_C
21	P	Mahasiswa_7	Kampus_A
20	P	Mahasiswa_8	Kampus_B
22	P	Mahasiswa_9	Kampus_C
23	L	Mahasiswa_10	Kampus_A
23	L	Mahasiswa_11	Kampus_B
24	L	Mahasiswa_12	Kampus_C
21	L	Mahasiswa_13	Kampus_A
20	P	Mahasiswa_14	Kampus_B
19	P	Mahasiswa_15	Kampus_C
18	P	Mahasiswa_16	Kampus_A
18	L	Mahasiswa_17	Kampus_B
19	P	Mahasiswa_18	Kampus_C
20	L	Mahasiswa_19	Kampus_A
21	P	Mahasiswa_20	Kampus_B
22	L	Mahasiswa_21	Kampus_C
23	P	Mahasiswa_22	Kampus_A
21	P	Mahasiswa_23	Kampus_B
20	L	Mahasiswa_24	Kampus_C
19	P	Mahasiswa_25	Kampus_A
18	L	Mahasiswa_26	Kampus_B
19	P	Mahasiswa_27	Kampus_C
19	P	Mahasiswa_28	Kampus_A
18	L	Mahasiswa_29	Kampus_B
18	L	Mahasiswa_30	Kampus_C
19	P	Mahasiswa_31	Kampus_A
19	L	Mahasiswa_32	Kampus_B
20	L	Mahasiswa_33	Kampus_C
20	L	Mahasiswa_34	Kampus_A
21	L	Mahasiswa_35	Kampus_B
22	P	Mahasiswa_36	Kampus_C
23	P	Mahasiswa_37	Kampus_A
24	P	Mahasiswa_38	Kampus_B
24	L	Mahasiswa_39	Kampus_C
23	L	Mahasiswa_40	Kampus_A
23	P	Mahasiswa_41	Kampus_B
22	L	Mahasiswa_42	Kampus_C

21	P	Mahasiswa_43	Kampus_A
22	L	Mahasiswa_44	Kampus_B
19	P	Mahasiswa_45	Kampus_C
20	P	Mahasiswa_46	Kampus_A
21	L	Mahasiswa_47	Kampus_B
22	L	Mahasiswa_48	Kampus_C
23	L	Mahasiswa_49	Kampus_A
24	P	Mahasiswa_50	Kampus_B

Data yang diolah, 2022

Kemudian berikut variable yang dipergunakan sebagai indicator. Terdapat 7 variabel yang perlu dianalisa sehingga tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi hubungan antara masing masing faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan e-money di kalangan mahasiswa.



Sumber: Data Diolah, 2022

Gambar 1. Gambaran Variable sebagai indicator

Variable Independen adalah variable yang mempengaruhi gambar dengan garis panah keluar dari lingkaran, sementara variable dependen adalah variable yang dipengaruhi dengan gambar panah yang mengarah pada kotak. Penjelasan dari masing – masing variable pada gambar dijelaskan berikut ini :

Variable Kemudahan

Variable kemudahan ini dipresepsikan sejauh mana mahasiswa merasakan manfaat dari *e-money*. Karena dengan manfaat yang dirasakan akan mempengaruhi niat untuk menerima dan menolak suatu sistem baru atau produk baru. Maka dari itu dari variable ini perlu dilakukan analisa.

Variable Keamanan

Variable keamanan ini dipresepsikan sejauh mana mahasiswa merasa tenang dan nyaman dari pegunaan *e-money* terutama akan data pribadi maupun data transaksi yang terjaga kerahasiaannya. Sehingga tidak tersebar luas data privasi dari mahasiswa tersebut. Maka dari itu variable ini cukup penting untuk dilakukan analisa.

Variable Kepercayaan

Variable ini dipresepsikan mahasiswa terhadap kepercayaan pada *e-money*. Kepercayaan merupakan pondasi suatu bisnis, suatu transaksi bisnis antara kedua pihak akan terjadi jika masing masing saling mempercayainya. Karena kepercayaan ini tidak bisa diakui oleh pihak bisnis saja tetapi harus dibangun mulai awal dan perlu adanya pembuktiaan. Kepercayaan harus bisa dijadikan penyeimbang antara produsen dan konsumen.

Variable Biaya

Variable ini diprespsikan mahasiswa terhadap biaya yang dikeluarkan untuk *e-money*. Nantinya biaya disini lebih kearah bagaimana pendapat terkait potongan biaya bulanan maupun biaya administrasi dari produk *e-money*.

Variabel Keuntungan

Variable ini dipresepsikan mahasiswa terhadap apa yang menjadi keuntungan jika menggunakan *e-money*. Keuntungan apa yang bisa dirasakan agar konsumen bisa terus menggunakan produk *e-money* tersebut. Sehingga perlu sebuah analisa untuk mengetahuinya.

Variable Resiko

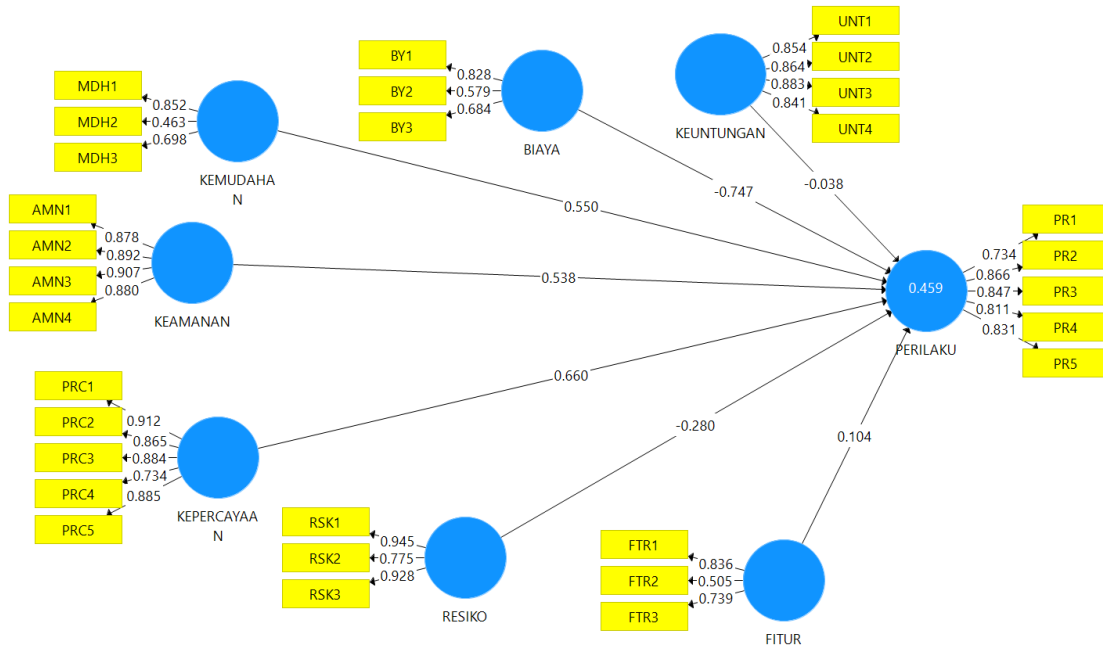
Variable ini dipresepsikan mahasiswa terhadap resiko yang diterima ketika pengguna *e-money*, entah keamanan uangnya atau data keuangan mungkin bisa bocor dll. Sehingga perlu sebuah analisa agar bisa memahami apa saja resiko yang diperoleh ketika menggunakan *e-money*,

Variable Fitur

Variable ini lebih cenderung presepsi mahasiswa akan fitur – fitur yang ditawarkan, apakah memberikan manfaat yang terbaru atau hanya pemanis dari *e-money*. Maka dari itu perlu suatu analisa agar bisa mengetahui dan memahami

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode PLS – SEM karena PLS -SEM memiliki potensi lebih besar daripada metode lain selain itu bisa dipergunakan untuk sample yang tidak terlalu besar lalu pengukuran formatif dan penelitian fokus pada prediksi. Sehingga penelitian dapat mudah dijalankan. PLS – SEM ini juga banyak digunakan pada peneliti bidang keuangan, manajemen, ekonomi dan sosial seperti (Faisol et al., 2021);(Amin Tohari, Faisol Faisol, 2021);(Faisol, 2017). Gambar 2 menjelaskan bahwa terdapat diagram jalur yang menghubungkan antara variable dengan variable perilaku. Hubungan yang kuat antar variable masing masing bisa diamati dalam model yang lengkap tentu dengan bantuan aplikasi Smart PLS karena beban yang ditunjukkan diatas ($> 0,6$) maka perlu dilakukakn evaluasi teknik *bootstrap* dengan jumlah sample yang sama. Hasil uji singnifikan mengungkapkan kebutuhan untuk menghapus variable FTR2, MDH 2, dan BY2 karena hubungan tidak signifikan ($< 0,6$) Rahim Amihsa et al. (2020).



Sumber: Data Diolah, 2022

Gambar 2. Model dengan penggunaan Smart PLS

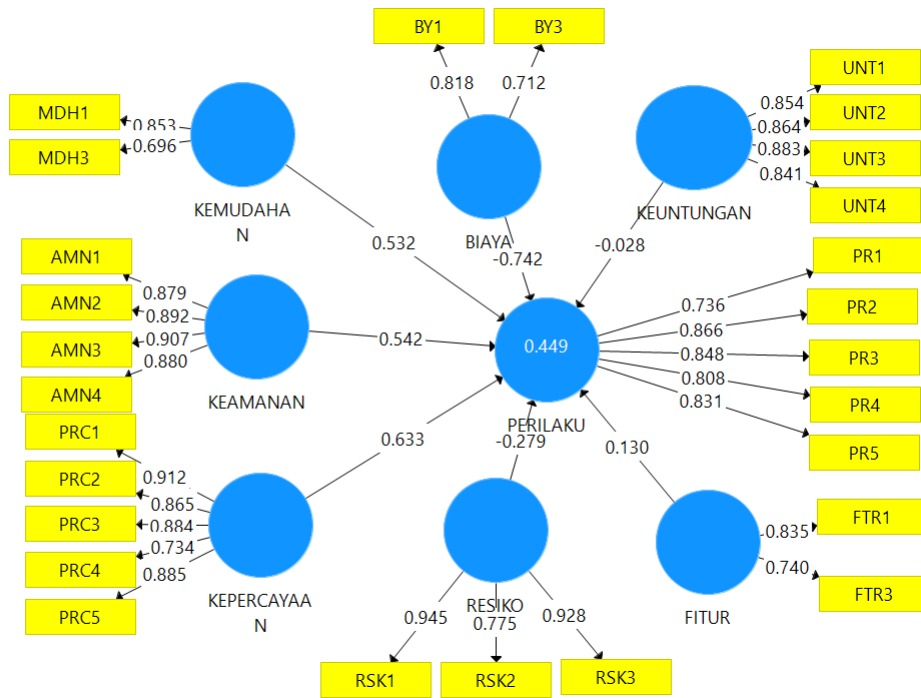
Semua konstruk disajikan nilai dengan lebih tinggi untuk evaluasi model pengukuran diatas 0,7 pada *composite reliability* (Tabel 3). Selain itu untuk penyajian validitas konvergen, dengan AVE (*Average Variance Extracted*) kebanyakan diatas 0,7 meskipun terdapat yang dibawah 0,7.

Tabel 3
Hasil Statistik dengan Smart PLS

Construct Variable	Cronbach Alpha	Rho_A	Composite Reability	Average Variance Extracted
Biaya	0,303	0,310	0,740	0,588
Fitur	0,398	0,408	0,767	0,623
Keamanan	0,913	0,930	0,938	0,791
Kemudahan	0,360	0,381	0,753	0,606
Kepercayaan	0,912	0,940	0,933	0,737
Keuntungan	0,884	0,901	0,919	0,741
Perilaku	0,879	0,902	0,910	0,671
Resiko	0,869	0,952	0,916	0,785

Data Diolah, 2022

Pada table 3 menunjukkan bahwa dari 7 variable yang ada memiliki hasil statistika yang positif hal ini menunjukkan 7 variable ini memiliki peranan sebagai faktor yang mempengaruhi penggunaan e-money di kalangan mahasiswa. Berikut ditunjukkan pada model dengan Smart PLS.



Sumber: Data Diolah, 2022

Gambar 3. Model Lanjutan dengan penggunaan Smart PLS

Meskipun ada beberapa variable yang menghasilkan nilai negatif akan tetapi secara keseluruhan bernilai positif yang menandakan variable tersebut sangat berpengaruh seperti variable kepercayaan, variable keamanan, variable kemudahan, variable fitur. Kemudian ada tiga variable yang bernilai negative yang hal ini menunjukkan variable tersebut kurang begitu pengaruh terhadap penggunaan *e-money* seperti diantaranya variable resiko, variable keuntungan, variable biaya.

PEMBAHASAN

Pada pembahasan dari hasil pengolahan survey menggambarkan dimana mahasiswa responden sudah cukup mengenal dengan adanya produk *e-money* Nawawi(2020). Berdasarkan pada hasil analisa dari penelitian ini menunjukkan ada beberapa faktor yang berpengaruh dalam penggunaan *e-money* kalangan mahasiswa diantaranya faktor kepercayaan, faktor keamanan, faktor kemudahan dan faktor fitur dari *e-money*. Hasil ini sejalan dengan penelitiannya (Dwi Sari et al., 2020); (Insana & Johan, 2021);(Prasetya & Putra, 2020)

Serta ada faktor tambahan lagi meskipun kurang begitu pengaruh seperti faktor resiko, faktor keuntungan, faktor biaya. Kemudian dengan adanya empat faktor diatas hal in menjadi alasan kenapa kalangan mahasiswa memilih menggunakan *e-money*. Dari faktor kepercayaan, kebanyakan rata -rata mahasiswa yang menjadi informan menganggap bahwa *e-money* ini cukup terpercaya sebagai salah satu alat pembayaran dengan model elektronik. Hal ini lebih praktis daripada membawa uang secara tunai, bisa jadi mereka menganggap dengan membawa uang secara tunai cukup membuat mereka kerepotan apalagi jika uang tunai yang dibawa dalam jumlah banyak. Selanjutnya ada faktor keamanan, mahasiswa yang menjadi informan beranggapan bahwa *e-money* ini cukup aman, jadi merasa khawatir maupun curiga jika data keuangan mereka bocor karena disisi lain mereka juga percaya dengan produk *e-money* yang mereka gunakanAulia (2020). Setelah itu ada faktor kemudahan, dimana pada faktor kemudahan ini mahasiswa informan menganggap dengan *e-money* semua transaksi serba mudah dan cepat, tidak perlu memikirkan uang kembalian atau uang kelebihan karena dengan *e-money* semua serba pas dan cukup mudah. Lalu ada faktor fitur dimana faktor fitur ini menjadi suatu hal yang membuat mahasiswa tertarik untuk mencoba fitur yang ditawarkan sehingga bisa mengetahui fungsi fitur yang ditawarkan tersebut serta

mahasiswa informan bisa memperoleh kepuasan jika fitur-fitur dari *e-money* tersebut bisa membantu aktivitas mereka.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adanya faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-money* dikalangan mahasiswa ini, membuat faktor tersebut memiliki nilai lebih terhadap perilaku mahasiswa, Sesuai dengan hasil analisa yang menyebutkan bahwa peranan dari beberapa faktor cukup memberikan pengaruh dalam perilaku mahasiswa. Seperti diantaranya faktor keamanan, faktor kemudahan, faktor kepercayaan dan faktor fitur. Hal ini yang mempengaruhi mahasiswa cukup terbantu dengan adanya *e-money*. Meskipun tidak mengesampingkan faktor lain seperti faktor keuntungan, faktor biaya dan faktor resiko karena sudah di tutup dengan empat faktor yang dominan. Oleh karena itu diharapkan produk dari *e-money* bisa terus memunculkan inovasi baru agar produk yang ditawarkan bisa lebih menyesuaikan kebutuhan dan tentunya bisa memberikan kemudahan bagi konsumen terutama mahasiswa. Apalagi dengan bertambahnya era digital seperti ini sangat memungkinkan untuk terus memunculkan inovasi kearah yang positif dan memudahkan aktivitas manusia.

Saran

Meskipun produk *e-money* ini sudah menjangkau berbagai kalangan diharapkan nanti bisa terus memberikan inovasi serta peningkatan keunggulan akan produk *e-money* tersebut. Dengan harapan banyak konsumen pengguna yang tertarik untuk terus menggunakan dan merasa nyaman dalam menggunakan produk tersebut. Selain itu keamanan dari produk *e-money* ini sebisa mungkin untuk terus selalu dijaga agar para konsumen pengguna bisa percaya terhadap produk *e-money* yang digunakan karena apabila data konsumen pengguna ini terjadi kebocoran hal ini cukup membuat kerugian dari berbagai pihak. Dari sisi konsumen cukup dirugikan sementara dari sisi produsen produk bisa bangkrut maka dari itu perlunya *continues improvement* dalam pengembangan produk *e-money* sehingga bisa terus berkembang dan terus digunakan oleh konsumen pengguna terutama kalangan mahasiswa. Saran penulis untuk tindak lanjut bagi penelitian selanjutnya bisa meneliti tingkat kepuasan kalangan mahasiswa akan produk *e-money* sehingga bisa diketahui seberapa puas dan seberapa yakin kalangan mahasiswa akan produk *e-money*. Selain itu bisa dikembangkan pula *prototype* dari produk *e-money* yang harapannya bisa menjawab dari keluhan yang dihadapi oleh konsumen pengguna sehingga mereka bisa terbantu dalam proses penggunaan produk *e-money* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina. (2018). PERSEPSI KONSUMEN PADA PENGGUNAAN E-MONEY. *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 2(2).
- Amin Tohari, Faisol Faisol, A. R. (2021). The Use of Partial Least Squares Modeling In Finance Business Partnering Research. *Jurnal Ilmiah Kursor*, 11(1), 43–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/kursor.v11i1.256>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Dwi Sari, A. N., Malik, Z. A., & Hidayat, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 1. <https://doi.org/10.29313/syariah.v0i0.19202>
- Faisol, F. (2017). Islamic Bank Financing and It's Impact on Small Medium Enterprise's Performance. *ETIKONOMI*, 16(1), 13–24. <https://doi.org/10.15408/etk.v16i1.4404>
- Faisol, F., Astuti, P., & Winarko, S. P. (2021). The Role of Technology Usage in Mediating Intellectual Capital on SMEs Performance During the Covid-19 Era. *Etikonomi*, 20(2), 413–428. <https://doi.org/10.15408/etk.v20i2.20172>
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 17(2), 413–434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>

- Lestari, P., & Nofriantika, N. (2018). LITERASI UANG ELEKTRONIK DI KALANGAN MAHASISWA. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, VII(1). <http://journal.ipmafa.ac.id/index.php/islamicreview>
- Marita, L. S. (2012). METODE PEMBAYARAN BELANJA DENGAN E-COMMERCE (Issue 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v12i2.3556>
- Miswan, A. (2019). Perkembangan dan Dampak Financial Technology (FinTech) Terhadap Industri Keuangan Syariah di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/wahanaislamika.v5i1.41>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. In *Jurnal Emik* (Vol. 3, Issue 2). <https://qwords.com/blog/sejarah-singkat-internet/>,
- Pambudi, R. D. (2019). PERKEMBANGAN FINTECH DI KALANGAN MAHASISWA UIN WALISONGO. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Rahim Amihsa, A. R., Saferian, E., & Syahrir, S. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN MOBILE PAYMENT DI INDONESIA.
- Rohmah, Y. M., & Trisriarini, N. (2021). Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19: Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v22i1.2310>
- Suharani. (2018). Uang Elektronik (E-money) Ditinjau dari Prespektif Hukum dan Perubahan Sosial. *Jurnal Spektrum Hukum*, 15(1), 16–43. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35973/sh.v15i1.1108>