
PENGARUH PENERIMAAN SISTEM PEMBAYARAN *E-CASH* DENGAN MENGGUNAKAN TAM (*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*) TERHADAP INTENSITAS TRANSAKSI NON TUNAI

Victor Jonathan Mahubessy

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia

Email: vicomahubessy@yahoo.com

DOI: <https://doi.org/10.46880/jmika.Vol3No2.pp160-165>

ABSTRAK

Artikel ini menjelaskan tentang pandangan masyarakat terhadap elektronik payment yang berkembang saat ini. Elektronik payment merupakan alternatif terbaru yang mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh penerimaan sistem pembayaran e-cash dengan menggunakan Technology Acceptance Model terhadap intensitas transaksi non tunai. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner untuk pengambilan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat dan kegunaan dari aplikasi e-cash membuat pengguna cenderung melakukan transaksi non tunai. Penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan e-payment di Indonesia).

Kata Kunci: *E-Cash, E-Payment, Technology Acceptance Model (TAM)*.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu pesat terutama dalam hal internet telah membuat perubahan yang begitu pesat diaktivitas komersial modern (Gu et al., 2016; Zhao et al., 2016). Kemudahan melakukan transaksi merupakan hal yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan perbankan.

Saat ini, popularitas uang tunai mulai menurun digantikan dengan uang elektronik. *E-cash* merupakan salah satu *e-money* yang populer saat ini. Pada Bank Mandiri Tbk jumlah pengguna *e-cash* melonjak 333% sepanjang 2016. Jumlah transaksi naik 177% dengan nilai transaksi tumbuh 158% (Prahadi, 2017).

E-cash memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran isi pulsa, *e-commerce*, bayar tagihan, transfer dana dan pembayaran tarif tol di gardu tol otomatis. Kegunaan lain dari *e-cash* adalah mempermudah pengguna khususnya anak-anak yang belum mempunyai rekening di

bank tetapi ingin melakukan transaksi elektronik (Prahadi, 2017).

Perkembangan dalam dunia digital perbankan membuat peneliti ingin melihat penerimaan pengguna atas aplikasi transaksi elektronik dan intensitas mereka dalam melakukan transaksi elektronik atau non tunai.

Penelitian ini dilakukan mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Durgun dan Mustafa (2015) Menunjukkan bahwa terdapat beberapa efek dari pembayaran elektronik. Terdapat beberapa sisi gelap dari transaksi elektronik yang membuat keputusan untuk melakukan transaksi ini menjadi sulit.

Penelitian ini juga mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ozili, 2017) dimana *digital finance* dalam hal ini *Fintech* mempunyai dampak terhadap keuangan dalam perkembangan ekonomi.

Penelitian-penelitian sebelumnya menjadi acuan artikel ini untuk melihat pengaruh

pembayaran *e-cash* terhadap intensitas non tunai menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*). TAM (*Technology Acceptance Model*) dengan indikator kemanfaatan dan kemudahan digunakan untuk melihat penerimaan terhadap suatu teknologi.

Perkembangan digitalisasi di era modern ini membuat semua hal menjadi lebih praktis dan efisien. Persaingan yang kompetitif membuat setiap perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen mereka. Dengan menghasilkan teknologi baru atau mereorganisasi teknologi yang ada, perusahaan dapat memberikan yang terbaik bagi konsumen berupa aplikasi baru di industri keuangan (Tornatzky dan Fleisher, 1990). Inovasi dalam teknologi ini tentunya menguntungkan inovator serta pengguna serta menguntungkan pasar secara keseluruhan (Frame and White, 2004).

Era digitalisasi juga sangat mempengaruhi industri perbankan. Umumnya, digitalisasi memberikan beberapa peluang bagi bank, seperti peningkatan interaksi pelanggan, peningkatan keputusan manajemen, dan memungkinkan peningkatan pada model bisnis (Hirt & Willmott, 2014). Hal ini yang membuat perbankan harus cepat beradaptasi dengan adanya perubahan di era digitalisasi.

Beberapa tahun terakhir ini salah satu perbankan di Indonesia mengeluarkan aplikasi pembayaran non tunai yang dikenal dengan nama *e-cash*. Adanya aplikasi *e-cash* ini mempermudah pengguna atau konsumen melakukan berbagai macam transaksi non tunai seperti pembayaran pulsa, listrik, transfer dana dan pembayaran tarif tol di gardu tol otomatis. Kegunaan lain dari *e-cash* adalah mempermudah pengguna khususnya anak-anak yang belum mempunyai rekening di bank tetapi ingin melakukan transaksi elektronik (Prahadi, 2017).

Untuk menganalisis perilaku pengguna teknologi informasi digunakan model *Technology*

Acceptance Model (TAM) yang telah digunakan selama empat dekade terakhir (Leiva et al, 2017). Model TAM ini dikembangkan dengan berdasarkan "Theory of Reasoned Action" (Ajzen & Fishbein, 1980).

Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) digunakan dengan tujuan untuk membuat prediksi tentang penerimaan dan penggunaan teknologi informasi sistem yang baru serta kemampuan beradaptasi pengguna (Davis et. Al, 1989).

KAJIAN LITERATUR DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada penelitian ini menggunakan indikator manfaat dan kegunaan dari model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis et. al. (1989). Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa mereka tidak akan mengalami kesusahan atau kendala ketika menggunakan suatu sistem tertentu (Davis et, al, 1989). Telah banyak penelitian – penelitian sebelumnya yang menggunakan persepsi kemudahan. Salah satu penelitian yang menggunakan persepsi ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Park et. al (2014) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki dampak positif terhadap sikap game jejaring sosial seluler. Hal sama juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Ha et. al. (2007). Berdasarkan landasan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya dikembangkanlah hipotesis sebagai berikut:

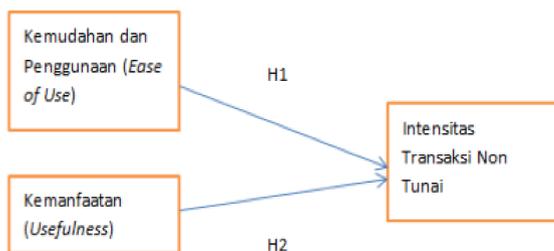
H1: Kemudahan penggunaan aplikasi *e-cash* memiliki dampak positif terhadap intensitas transaksi non tunai.

Beberapa penelitian sebelumnya juga menjelaskan hubungan manfaat terhadap sikap pengguna (Leiva et. al, 2017; Aboelmaged & Gebba, 2013; Krishanan et. al. 2016). Hal yang sama juga dijelaskan pada penelitian sebelumnya mengenai intensitas untuk menggunakan (Kulvivat et. al.

2007; Zhang & Mao, 2008). Berdasarkan landasan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya dibentuklah hipotesis sebagai berikut:

H2: Kemanfaatan pengguna aplikasi *e-cash* memiliki dampak positif terhadap intensitas transaksi non tunai.

Berdasarkan hipotesis yang dikembangkan dibentuklah kerangka penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner *Technology Acceptance Model* (TAM). Model *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam penelitian ini menggunakan instrum

ernt Davis et al (1989). Indikator TAM yang digunakan dalam penelitian ini adalah kegunaan dan manfaat.

Responden dalam penelitian ini adalah semua orang (Pelajar, mahasiswa, pegawai dan pengusaha) yang pernah menggunakan aplikasi *e-cash* dalam melakukan transaksi non tunai. Total responden dalam penelitian ini adalah 125 orang. Indikator *Techonology Acceptance Model* (TAM) manfaat dan kegunaan masing-masing memiliki tiga indikator pertanyaan yang diukur dengan skala likert. Indikator untuk intensitas transaksi non tunai juga memiliki tiga indikator pertanyaan. Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Informasi 125 responden pengguna *e-cash* mengenai pekerjaan dan jenis kelamin secara lengkap dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Responden

	N	%
Jenis Kelamin:		
Laki-laki	58	46,4
Perempuan	67	53,6
Pekerjaan:		
Pelajar	1	0,8
Mahasiswa	26	20,8
Pegawai	95	76
Pengusaha	3	2,4

Berdasarkan profil responden dapat dilihat bahwa pengguna *e-cash* lebih didominasi oleh perempuan dengan presentase 53,6 % . Pihak perempuan lebih banyak melakukan transaksi non tunai untuk transaksi *online*. Pada profil responden dapat dilihat bahwa pelajar yang menggunakan *e-cash* masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi *e-cash* untuk membantu pelajar yang belum memiliki rekening di bank melakukan transaksi non tunai belum berhasil. Perbankan dalam hal ini harus melakukan promosi *e-cash* secara intens kepada kalangan pelajar untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pengguna aplikasi *e-cash* didominasi oleh mahasiswa dan pegawai. Mahasiswa dan pegawai cenderung menggunakan *e-cash* untuk transaksi *online* dan pembelian pulsa.

Pengujian pertama yang perlu dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis adalah pengujian reliabilitas dan validitas terhadap data kuesioner. Teknik yang digunakan dalam uji ini adalah teknik *composite reliability*. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 (Ghozali, 2008:43). Pengujian realibitas selengkapnya dijelaskan pada Tabel 2.

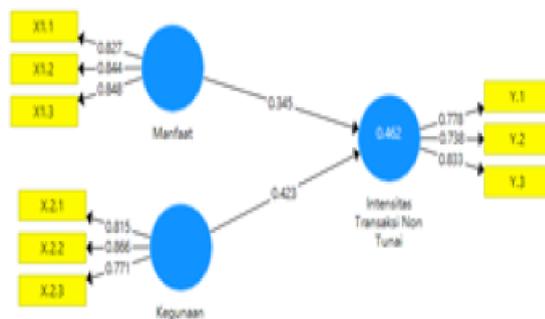
Tabel 2. menjelaskan bahwa nilai AVE dari setiap indikator lebih besar dari 0,5. Berdasarkan data statistik di Tabel 2. dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan sudah valid dan dapat dipercaya.

Tabel 2. Outer Loading dan Average Variance

		Extracted		
		Outer Loading	Reliability	AVE
X1.1	Adanya e-cash memudahkan saya melakukan transaksi pada layanan non tunai yang tersedia	0,827	0,878	0,705
X1.2	Bertransaksi menggunakan e-cash dapat menambahkan kualitas transaksi saya	0,844		
X1.3	Bertransaksi menggunakan e-cash membantu saya dalam efektivitas transaksi	0,848		
X2.1	Sistem pembayaran e-cash sangat mudah untuk dipelajari	0,815	0,858	0,670
X2.2	Sistem pembayaran e-cash sangat mudah untuk digunakan	0,866		
X2.3	Sistem pembayaran e-cash dapat dengan mudah digunakan pada semua layanan transaksi non tunai	0,771		
Y.1	Saya lebih sering melakukan transaksi non tunai dengan adanya e-cash	0,778	0,827	0,615

Y.2	Saya akan melakukan Top-Up saldo e-cash jika sudah habis	0,738
Y.3	Saya akan terus menggunakan e-cash dalam semua transaksi non tunai	0,833

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan model *Structural Equation Model* (SEM) dengan analisis *Partial Least Square* (PLS). Analisis PLS ini dilakukan dengan bantuan software *smartpls 3*. Hasil dari pengujian hipotesis ditampilkan pada gambar 2.



Gambar 2. Hasil Uji Hipotesis

Untuk melihat arah dari hasil hipotesis dapat dilihat juga pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Hipotesis

	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
Kegunaan -> ITNT	0,087	4,845	0,000
Manfaat -> ITNT Tunai	0,092	3,757	0,000

Berdasarkan Gambar 2 dan Tabel 3 dapat dilihat bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap intensitas transaksi non tunai. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *path coefficient* bernilai positif sebesar 0,423 dan *p-value* < 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima. Kegunaan dari aplikasi *e-cash*

membuat pengguna cenderung untuk kembali melakukan transaksi non tunai.

Berdasarkan gambar dan tabel dapat dilihat bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap intensitas transaksi non tunai. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *path coefficient* bernilai positif sebesar 0,345 dan *p-value* < 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa H2 diterima. Manfaat yang diterima dari aplikasi *e-cash* membuat pengguna cenderung untuk kembali melakukan transaksi non tunai.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat penerimaan konsumen terhadap aplikasi *e-cash* yang merupakan pengembangan yang dilakukan oleh perbankan. Transaksi *e-payment* yang berkembang saat ini mempermudah semua proses pembayaran atau transaksi dan adanya aplikasi *e-cash* membuat transaksi non tunai semakin digemari oleh konsumen atau pengguna. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi *e-cash* dapat meningkatkan intensitas transaksi non tunai.

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah untuk menambahkan beberapa indikator lain dari *Technology Acceptance Model* (TAM).

DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M., & Gebba, T. R. (2013). Mobile banking adoption: An examination of technology acceptance model and theory of planned behavior. *International Journal of Business Research and Development (IJBRD)*, 2 (1), 719-729.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes And Predicting Social Behavior*. London: Prentice Hall International.
- Davis, F.D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35, 982-1003.
- Durgun, O., and Mustafa. C. T. (2015). The effects of electronic payments on monetary policies and central banks. *World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship*.
- Frame, S., White, I., (2004). Empirical Studies Of Financial Innovation: Lots Of Talk, Little Action. *J. Econ. Lit.* 42 (1), 116-144.
- Ghozali, I., (2008). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ha, I., Yoon, Y., & Choi, M. (2007). Determinants of adoption of Multivariate data analysis with readings. Ner Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Hirt, M., & Willmott, P. (2014). Strategic Principles For Competing In The Digital Age. *McKinsey Quarterly*, 1-13.
- Krishanan, D., Khin, A. A., Teng, K. L. L., & Chinna, K. (2016). Consumers' Perceived Intersctivity & Intention To Use Mobile Banking In Structural Equation Modeling. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 883-90.
- Kulvivat, S., Bruner, I. I., Gordon, C., Kumar, A., Nasco, S. A., & Clark, T. (2007). Toward A Unified Theory Of Consumer Acceptance Technology. *Psychology & Marketing*, 24(12), 1059-1084.
- Leiva, F. M., S. Climent., F. L. Cabanillas. (2017). *Determinan Of Intention To Use The Mobile Banking Apps: An Extension Of The Classic TAM Model*.

Ozili, P. K. (2018). *Impact Of Digital Finance On Financial Inclusion And Satbility*. Full leght article.

Park, E., Baek, S., Ohm, J., & Chang, H. J. (2014). Determinants Of Player Acceptance Of Mobile Social Network Games: An Application Of Extended Technology Acceptance Model. *Telematics and Informatics*, 31 (1), 3-15.

Tornatzky, I., Fleischer, M., (1990). *The Process of Technological Innovation*. Lexington Books, Lexington.

Zhang, J., & Mao, E. (2008). Understanding The Acceptance Of Mobile SMS Advertising Among Young Chinese Consumers. *Psychology & Marketing*, 25 (8), 787-805.

Zhao, Q., Li, Y., Xue, J., (2016). Researh On Influence Factors Of The Internet Financial Product Consumption Based On Innovation Diffusion Theory. *In: WHICER*, pp.35.