

ANALISA PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN E-MONEY (STUDI KASUS DUTAMALL BANJARMASIN)

Sholikhah¹

Nyoman Suarniki² Lusiana pratiwi³

nyomansuarniki59@gmail.com

STIE NASIONAL BANJARMASIN

Abstract,

The aim of this research is to analyze consumer behavior in using e-money (case study of Dutamall Banjarmasin). The reality shows that there are still few people who understand about e-money, there is still a lack of public thinking about e-money, there are still limited places that accept payments using e-money, and there is consumer behavior that influenced by the characteristics of cultural, social, personal and psychological factors

The method used is a quantitative research method. The research population is an unlimited population and the sample in this study is a convenience sample.

The research results show that cultural factors in the use of e-money at Dutamall Banjarmasin are considered not good. Social factors in using e-money at Dutamall Banjarmasin are considered good. Personal factors in using e-money at Dutamall Banjarmasin are quite good. Psychological factors in using e-money at Dutamall Banjarmasin are quite good.

Keywords: E-money, Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors

Abstrak,

Tujuan penelitian ini menganalisa Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Money (Studi Kasus Dutamall Banjarmasin). Kenyataan menunjukkan masih sedikit masyarakat yang memahami terkait tentang e-money, masih kurangnya pemikiran masyarakat terhadap e-money, masih terbatasnya diberbagai tempat yang menerima pembayaran dengan menggunakan e-money, dan adanya perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh ciri-ciri faktor kebudayaan, sosial, pribadi, psikologis.

Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Populasi penelitian yaitu populasi tidak terbatas (*infinity*) dan sampel dalam penelitian ini adalah sampel bebas (*conviniance sample*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Kebudayaan dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin dinilai belum baik. Faktor Sosial dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin dinilai sudah baik. Faktor Pribadi dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin ini cukup baik. Faktor Psikologis dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin sudah cukup baik.

Kata kunci: E-money, Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi merubah gaya hidup masyarakat dan cenderung konsumtif. Akibat kemajuan teknologi dan informasi yang begitu pesat banyak perubahan yang terjadi di bidang perekonomian, keamanan, budaya, dan pendidikan. Sebelum munculnya uang elektronik program non tunai sudah dimulai dengan adanya kartu kredit, bagi masyarakat kalangan atas sangatlah mudah mendapat kepercayaan dari pihak perbankan, namun tidak dengan kalangan masyarakat menengah kebawah. Bagi masyarakat menengah ke bawah sangat sulit untuk mendapatkan kepercayaan bank dalam hal kepemilikan kartu kredit. Oleh karena itu, sistem pembayaran non tunai mungkin bisa dilakukan oleh semua kalangan adalah e-money. Munculnya uang elektronik seluruh masyarakat dapat menggunakannya, namun karena ketidaktahuannya masyarakat masih jarang dan bahkan tidak tahu apa itu uang elektronik, selain karena kurangnya pengetahuan pada dasarnya masyarakat Indonesia menganggap uang fisik lebih mudah

dan lebih efisien untuk melakukan transaksi sehari-hari, terlebih lagi hanya sebagian kecil pengusaha yang memiliki mesin electronic data capture (EDC) di usahanya, namun para pekerjanya tidak bisa mengoperasikan alat tersebut.

Uang elektronik muncul sebagai jawaban atas kebutuhan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relatif murah, karena nilai uang yang disimpan instrumen ini dapat ditempatkan pada suatu media tertentu yang mampu diakses dengan cepat secara off-line, aman dan murah. Tujuan dari uang elektronik atau biasa disebut e-money adalah sebagai alat pembayaran yang dapat memberikan manfaat berupa memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Pemegang kartu elektronik tidak lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang (seperti permen) akibat pedagang tidak mempunyai uang kembalian

bernilai kecil (receh). Uang elektronik juga memiliki tingkat efisiensi yang tinggi karena sangat *applicable* untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi, seperti: transportasi, parkir, fastfood. Di Indonesia ada beberapa *e-money* yang mulai digunakan oleh masyarakat seperti BRIZZI, *e-money* Mandiri, Dompetku, OVO, Dana, Shopeepay, Q-Ris dan lain-lain yang dikeluarkan oleh lembaga non bank. Kota Banjarmasin termasuk dalam golongan wilayah pengembang aplikasi berbasis *online* lebih tepatnya di Dutamall Banjarmasin.

Dutamall Banjarmasin merupakan sebuah pusat perbelanjaan terbesar di Kota Banjarmasin, khususnya wilayah Kecamatan Banjarmasin Tengah, Banjarmasin-Kalimantan Selatan. Pusat perbelanjaan ini memiliki fasilitas yang cukup lengkap yang mampu memberikan suasana yang aman dan nyaman dalam berbelanja maupun berekreasi. Mall ini merupakan pusat perbelanjaan modern, terbesar, terlengkap, dan termegah di pusat kota Banjarmasin. Mall ini memiliki

4 lantai dan ada 115 toko tenant-tenant ternama berbisnis di bidang supermarket, *food court*, *department store*, bioskop, toko buku, pusat *handphone*, elektronik, komputer, pusat perhiasan emas, cindramata dan kerajinan tangan batik sasirangan, busana muslim, pusat hiburan keluarga dan masih banyak tenant lainnya. Waktu kerja dimulai dari jam 10.00 wita s/d 22.00 wita, sebagian dari toko Dutamall Banjarmasin ini menggunakan uang elektronik agar memperlancar transaksi pembayaran dan menghindari risiko pembayaran menggunakan uang palsu.

Masyarakat lebih memilih sesuatu yang efisien sehingga masyarakat memilih produk dan jasa yang bisa bertransaksi dengan menggunakan *e-money* yang ditawarkan sehingga menarik perhatian. Penggunaan *e-money* konsumen mendapatkan keuntungan yang begitu besar yaitu tidak adanya kejahatan dalam bertransaksi contohnya pengembalian uang belanja. Keuntungan lainnya yaitu konsumen yang menggunakan *e-money* lebih cepat dan efisien untuk membayar semua belanja tidak harus

mengeluarkan uang tunai terlebih dahulu cukup dengan *e-money* saja sudah dapat dibayar. Masyarakat yang menggunakan pembayaran elektronik dan juga menjadi gaya hidup dikalangan masyarakat karena kemudahan dalam melakukan transaksi yang lebih cepat dan efisien. Masyarakat yang belum paham penggunaan *e-money* dan masih banyak pandangan di kalangan masyarakat bahwa non-tunai memiliki resiko yang besar dan mempunyai banyak kelemahan.

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis agar memperoleh suatu kelangsungan hidup sebuah perusahaan, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan. Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan nyata individu atau kumpulan individu, misalnya suatu organisasi yang dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan. Menurut Kotler dan Keller (2008:166), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Kepuasan konsumen adalah tingkat konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang pelanggan jika mereka puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinan untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan pelanggan dibagi dua macam yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan fisiologis. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan sedangkan

kepuasan fisiologis merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk.

Pemahaman tentang konsumen dan proses konsumsi akan menghasilkan sejumlah manfaat, yang diantaranya adalah kemampuan untuk membantu para manajer mengambil keputusan, memberikan para peneliti pemasaran pengetahuan dasar ketika menganalisis konsumen membantu legeslatif negara serta pembuat peraturan menciptakan hukum dan peraturan yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang atau jasa, dan membantu konsumen menengah dalam pengambilan keputusan yang lebih baik perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut.

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada diluar diri manusia (eksternal) dan faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia (internal). Faktor

eksternal yang utama adalah faktor kebudayaan dan sosial, sedangkan faktor internal yang utama adalah faktor pribadi dan psikologis. Perilaku konsumen dapat diartikan dalam tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan keinginan pada dirinya dan memperoleh manfaat setelah mengkonsumsi terhadap pilihan dari keputusan yang telah diambil, manfaat itu dipaparkan menjadi dua bentuk yaitu nilai guna cardinal dan nilai guna ordinal atau dapat dikatakan nilai guna yang kepuasannya dapat dihitung, dan nilai guna yang kepuasannya tidak dapat dihitung. Selain itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil tindakannya antara lain dari faktor budaya, sosial, psikologi, pribadi.

Uang Elektronik (E-Money)

Perkembangan E-Money sendiri dimulai sejak 1960. Saat itu perusahaan komputer raksasa IBM bekerjasama dengan American Airlines menciptakan suatu sistem yang disebut SABRE (Semi-Automatic Business Research Environment) yang memungkinkan

kantor-kantor American airlines untuk dipasangkan dengan terminal yang terhubung dengan jaringan telfon yang memungkinkan perusahaan mengecek secara langsung jadwal keberangkatan, ketersediaan kursi, dan secara digital membuat pesanan yang kemudian bisa dibayarkan menggunakan sistem kredit. Tahun 1970an bank di amerika dan eropa telah menggunakan mainframe komputer untuk melacak transaksi antar cabang dan bank lain, sistem ini terbukti sukses melewati batasan internasional pertukaran kurs dibutuhkan.

Pengertian Uang Elektronik (*E-Money*)

Uang elektronik menurut Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- b. Nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip.

- c. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Jenis Uang Elektronik (*E-Money*)

Jenis uang elektronik berdasarkan tercatat atau tidaknya data identitas pemegang pada penerbit kartu *e-money* dibagi menjadi:

1. Uang elektronik *registered*, merupakan kartu *e-money* yang data identitas pemegangnya tercatat atau terdaftar pada penerbit uang elektronik. Batas maksimum nilai *e-money* adalah sebesar Rp.5.000.000.
2. Uang elektronik *unregistered*, merupakan kartu *e-money* yang data identitas pemegangnya tidak tercatat atau terdaftar pada penerbit uang elektronik. Batas maksimum nilai *e-money* adalah sebesar Rp.1.000.000.

Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*)

Penggunaan sistem menurut Davis dalam Lailatu Syifa (2019:5) adalah kondisi nyata pada

penggunaan sistem. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktivitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

Menurut Davis penggunaan uang elektronik dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari

Uang elektronik dapat diperoleh dari agen layanan keuangan digital maupun akses pribadi melalui telepon genggam. Dengan demikian, uang elektronik sangatlah mudah dimengerti dan dapat digunakan sesuai kebutuhan para penggunanya.

2. Fleksibel

Fleksibel dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti luwes, mudah, dan cepat menyesuaikan diri. *E-money* dapat digunakan kapan saja dan dimana saja sehingga memudahkan konsumen untuk

menggunakan hal ini yang dapat menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menggunakan *e-money*.

3. Mudah digunakan

Mudah digunakan yaitu konsumen akan tetap menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut mudah untuk digunakan karena tidak memerlukan banyak usaha dan tidak menyulitkan ketika digunakan sehingga dapat mempersingkat waktu, hal ini merupakan salah satu alasan konsumen untuk tetap menggunakan *e-money*.

4. Dapat mengontrol pekerjaan

Penggunaan uang elektronik mengandung nilai praktis hanya dengan dua syarat, yakni adanya saldo dalam uang elektronik dan mesin untuk bertransaksi. Dengan demikian, uang elektronik dapat membantu mempercepat pekerja penggunaanya dan transaksi yang dilakukan.

Kelebihan dan Kekurangan Uang Elektronik (*E-Money*)

Kelebihan menggunakan uang elektronik yaitu:

1. Uang elektronik memudahkan dan mempercepat transaksi.
2. Uang elektronik sangat fleksibel dan tidak perlu membawa uang tunai. Bahkan lebih mudah mengontrol pengeluaran karena dana. Ini bisa menjadi pos untuk transportasi atau makan yang sudah dijatahkan.
3. Uang elektronik juga sangat berguna bagi pengguna yang konsumtif dan malas mencatat pengeluaran. Ketika dana tersebut memang sudah saatnya habis, tinggal diisi lagi sesuai *budget*. Sehingga pengeluarannya terkontrol, tidak asal menggesek kartu saja.

Kekurangan menggunakan uang elektronik yaitu:

1. Sulitnya mengecek saldo menjadi kekurangan menggunakan uang elektronik. Sehingga, saat melakukan pembayaran bisa jadi konsumen tidak mengetahui saldonya habis. Contohnya, saat membayar di toko baju, konsumen terpaksa meminta bantuan petugas karena tak

mengetahui saldonya habis. Akibatnya, terjadi hambatan saat transaksi.

2. Belum banyaknya *merchant* yang menyediakan fasilitas uang elektronik di Indonesia. Ini membuat seseorang yang memiliki uang elektronik alias *e-money* menjadi tidak maksimal menggunakan kartunya. Bahkan untuk beberapa *merchant*, misalnya perusahaan taksi yang sudah menggunakan uang elektronik, terkadang supirnya menyembunyikan alat ini. Alasannya, mereka tidak bisa mendapat uang lebih. Berbeda jika dibayar tunai, ada kelebihan uang yang bisa mereka terima.
3. Kekurangan menggunakan uang elektronik adalah kalau kartunya hilang, uangnya pun ikut hilang. Beda dengan ATM yang saat hilang masih bisa diblokir rekeningnya dan uang pun masih utuh. Sedangkan *e-money* tidak bisa diblokir dan tidak bisa diklaim. Tapi, orang yang menemukan kartu tersebut bisa memakainya karena tidak memakai PIN.

Pengertian *Cashless*

Cashless adalah sistem pembayaran tanpa uang tunai, sesuai dengan arti secara harfiah yang berarti tidak atau tanpa menggunakan uang tunai. *Cashless* mengacu pada pembayaran yang berbentuk digital. Sistem pembayaran *cashless* juga sudah diterapkan di Indonesia. Banyak masyarakat yang juga sudah menggunakan dan memilih metode pembayaran *cashless*. Salah satu contohnya adalah pembayaran tol yang kini menggunakan sistem E-Toll.

Penggunaan sistem *cashless* sudah meningkat di masyarakat yang memberikan beberapa manfaat untuk pelaku maupun negara. Bagi individu, *cashless* sangat nyaman digunakan serta praktis. Anda tidak perlu lagi repot-repot membawa banyak uang tunai sehingga bisa meminimalisir risiko. *Cashless* juga memungkinkan Anda untuk melakukan transaksi di luar negeri tanpa perlu lagi membawa uang tunai karena sebagian besar transaksi di luar negeri pun sudah menganut sistem pembayaran *cashless*. Selain itu, sistem *cashless* juga memungkinkan Anda untuk

melihat riwayat transaksi yang dilakukan. Hal ini dapat memberi manfaat untuk Anda mengelola anggaran. Tidak hanya untuk individu, *cashless* juga memiliki manfaat untuk negara. Dengan pembayaran *cashless* maka koleksi pajak negara akan meningkat secara signifikan. Terdapat faktor-faktor yang memunculkan sistem pembayaran *cashless* seperti biaya penerbitan, perawatan, dan distribusi. Selain itu ada pula faktor kesadaran akan potensi kecurangan dan kejahatan yang semakin marak.

Kejahatan yang dimaksud diakibatkan karena uang fisik seperti beredarnya uang palsu. Keberadaan *cashless* juga mempermudah tugas pemerintah dalam mengelola dan mengawasi transaksi dari kegiatan ekonomi masyarakatnya. Terlebih, laporan-laporan transaksi dan perdagangan ekonomi bisa diakses dengan menggunakan laporan elektronik. Transaksi dengan menggunakan sistem *cashless* tidak melibatkan perpindahan uang secara fisik, sehingga hal ini akan mengurangi kemungkinan terjadinya korupsi dan kolusi di antara pihak-

pihak yang melakukan transaksi. Terutama transaksi yang berkaitan dengan pelayanan publik.

1. Kelebihan *Cashless*

a) Praktis

Kelebihan pertama yang dimiliki dari sistem cashless adalah Anda akan lebih mudah dalam melakukan pembayaran karena sistem ini lebih praktis dan aman. Anda juga tidak perlu repot-repot membawa banyak uang di dalam dompet yang rawan akan resiko pencurian.

b) Tidak Perlu Kembalian

Mengelola uang kembali saat berbelanja dengan menggunakan uang tunai terkadang memang cukup merepotkan. Bukan hanya pecahan uang lembar seribu saja yang akan Anda dapatkan namun terkadang juga uang koin. Dengan menggunakan sistem *cashless*, Anda tidak perlu khawatir dengan segala bentuk kembalian, karena dengan cashless hanya perlu membayar sesuai dengan nominal harga yang harus dibayarkan.

c) Promo Menarik

Kelebihan lain yang tidak kalah menarik dari berbelanja

menggunakan cashless adalah Anda bisa menikmati berbagai macam promo. Bukan hanya diskon pada makanan saja, tetapi juga bisa berbelanja dengan mendapatkan harga yang lebih murah. Akan tetapi perlu diingat, jangan terlalu tergiur dengan berbagai tawaran promo karena akan menimbulkan perilaku konsumtif. Gunakan promo yang Anda dapatkan dengan sebaik mungkin.

d) Lebih Mudah Mengatur Pengeluaran

Pengelolaan anggaran memang terkadang membingungkan karena Anda kerap lupa telah membeli atau mengeluarkan uang untuk membeli apa. Penggunaan cashless tak perlu lagi khawatir soal pengelolaan anggaran. Sistem cashless bisa mengontrol semua pengeluaran. Setiap transaksi apapun akan tercatat dengan benar di sistem ini sehingga Anda bisa lebih mudah dalam mengatur keuangan Anda dengan melihat riwayat transaksi.

e) Lebih Nyaman

Kenyamanan adalah kelebihan lain dari sistem *Cashless*. Karena tidak perlu mengeluarkan

uang untuk keperluan membayar dan cukup mengeluarkan uang elektronik saja dalam setiap transaksi yang dilakukan.

f) Meminimalisir Pencurian

Akan sangat berisiko jika Anda menyimpan uang dalam jumlah banyak di dalam tas ataupun dompet, yang bisa saja menimbulkan kekhawatiran akan kejahatan di luar sana. Hal ini jelas berbeda dengan penggunaan uang elektronik atau *cashless*. *Cashless* dalam bentuk kartu atau melalui aplikasi di gawai Anda bisa membuat lebih praktis dan aman. Jenis *cashless* umumnya sudah menerapkan sistem password sehingga lebih aman.

2. Kekurangan *Cashless*

a) Lebih boros

Cashless nyatanya memiliki kekurangan. Paling utama penggunaan *cashless* cenderung membuat bisa lebih boros karena adanya promo. Karena promo ini menjadi sering berbelanja sehingga menjadi lebih boros. Saat berbelanja tidak merasa mengeluarkan uang sehingga merasa seperti tidak ada yang bisa mengerem pengeluaran. Berbeda dengan penggunaan uang

tunai. Saat anda mengeluarkan banyak uang tunai maka berkurangnya jumlah uang akan sangat terasa.

b) Rentan Cyber Crime

Cashless tidak sepenuhnya menghindarkan Anda dari ancaman kejahatan. Karena pada sistem pembayaran elektronik, sangat rentan terhadap aksi kejahatan *cyber crime*. Hal ini menjadi salah satu kekurangan dari sistem transaksi *cashless*. Perlu membuat password serta menggantinya secara berkala agar tidak mudah jatuh ke pihak lain, harus berhati-hati dalam menyimpan uang elektronik. Memerlukan Pemahaman Teknologi

c) Kekurangan lain dari *cashless* adalah dibutuhkannya pemahaman teknologi dari penggunaanya. Orang yang tidak paham teknologi akan kesulitan mempelajari hal yang terkesan rumit di sistem *cashless*, meskipun sebenarnya tidak serumit yang dipikirkan.

d) Terbatas

Cashless memang sangat mempermudah proses transaksi, tapi masih sedikit vendor yang melakukan kerjasama dengan para penyedia

sistem *cashless*. Kondisi ini akan membuat penggunanya merasa kesulitan dalam menemukan tempat yang bisa melakukan pembayaran dengan sistem *cashless* karena tidak semua tempat menawarkan sistem pembayaran dengan sistem uang elektronik.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada Dutamall Banjarmasin di jalan. A. Yani KM. 2 Kecamatan Banjarmasin Tengah, Banjarmasin-Kalimantan Selatan. Dipilihnya lokasi ini karena tingkat kedatangan konsumen cukup tinggi, sehingga memudahkan untuk melakukan penelitian perilaku konsumen terhadap *e-money*, Dutamall Banjarmasin masih sedikit masyarakat yang berminat menggunakan *e-money*, sedikit masyarakat yang belum mengetahui manfaat dari *e-money*, sedikit masyarakat yang belum memahami terkait tentang *e-money*, masih

kurangnya pemikiran masyarakat terhadap *e-money*, karena menganggap *e-money* berbentuk seperti kartu kredit, masih terbatasnya diberbagai tempat yang menerima pembayaran dengan menggunakan *e-money*, dan adanya perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh ciri-ciri faktor kebudayaan, sosial, pribadi, psikologis. Seperti kepribadiannya, termasuk umur, pekerjaan, keadaan ekonomi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi tidak terbatas (*infinity*) dan sampel dalam penelitian ini adalah sampel bebas (*conviniance sample*).

Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu melakukan penilaian dengan cara menyesuaikan untuk membuat program perilaku konsumen terhadap penggunaan *e-money*. Rumus yang digunakan adalah menurut Arikunto (2002: 202), yaitu:

$$F = \frac{N}{X} \times 100\%$$

Keterangan:

Hasil penelitian

F = Frekuensi Jawaban.

N = Nilai.

X = Responden.

HASIL PENELITIAN DAN

PEMBAHASAN

Tabel 1. Jawaban Responden atas Kuesioner Variabel Faktor Kebudayaan.

NO	Faktor Kebudayaan (X1)	STS	TS	N	S	SS	RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Saya menerima penggunaan <i>e-money</i> sebagai alat pembayaran transaksi modern.	10	11	24	38	32	3,61
2	Saya memahami <i>e-money</i> karena sudah sering menggunakan.	12	13	24	36	30	3,52
3	Penggunaan <i>e-money</i> dalam keluarga saya sudah menjadi kebiasaan.	13	17	47	22	16	3,1
4	Fasilitas <i>e-money</i> mendukung saya dalam melakukan transaksi dimanapun.	11	12	26	38	28	3,52
	Rata-rata Kuesioner						3,44

Sumber: Data primer (2023)

Tabel 2. Jawaban Responden atas Kuesioner Variabel Faktor Sosial

NO	Faktor Sosial (X2)	STS	TS	N	S	SS	RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Saya menggunakan fasilitas <i>e-money</i> karena mengacu pada teman sebaya.	12	14	38	30	21	3,29
2	Saya menggunakan <i>e-money</i> karena kepentingan peran status jabatan dalam pekerjaan.	10	19	37	19	30	3,34
3	Lingkungan pekerjaan saya lebih sering bertransaksi menggunakan <i>e-money</i> daripada cash.	8	20	31	35	21	3,35
4	Pengaruh kemajuan teknologi membuat saya menggunakan <i>e-money</i> dalam bertransaksi.	9	15	26	38	27	3,52
	Rata-rata Kuesioner						3,375

Sumber: Data primer (2023)

Tabel 3. Jawaban Responden atas Kuesioner Variabel Faktor Pribadi

NO	Faktor Pribadi (X3)	STS	TS	N	S	SS	RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Saya termotivasi menggunakan <i>e-money</i> karena aman dari perampokan.	7	11	30	37	30	3,62
2	Saya berpikir bahwa dengan menggunakan <i>e-money</i> terlihat lebih modern.	10	14	27	36	28	3,51
3	Saya bertransaksi menggunakan <i>e-money</i> menjadi lebih praktis.	9	10	28	35	32	3,59
4	Saya menggunakan <i>e-money</i> karena memberikan keuntungan agar menjadi lebih hemat.	10	13	39	31	22	3,36
	Rata-rata Kuesioner						3,52

Sumber: Data primer (2023)

Tabel 4. Jawaban Responden atas Kuesioner Variabel Faktor Psikologis

NO	Faktor Psikologis (X4)	STS	TS	N	S	SS	RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
.1	Saya merasa nyaman menggunakan <i>e-money</i> .	6	10	31	36	30	3,59
2	Penggunaan <i>e-money</i> membuat saya lebih percaya diri.	10	17	37	30	21	3,31
3	Tempat saya biasanya bekerja bertransaksi menyediakan fasilitas pembayaran menggunakan <i>e-money</i> .	2	11	32	39	31	3,75
4	Menggunakan <i>e-money</i> membuat saya merasa lebih gaul.	8	10	37	29	39	3,92
	Rata-rata Kuesioner						3,64

Sumber: Data primer (2023)

Pembahasan

Banjarmasin Duta Mall merupakan fasilitas prasarana kota Banjarmasin yang bisa memberikan suasana yang terlindung dan nyaman

dalam berbelanja maupun berekreasi meliputi Trade Center, Mall, Hotel dan Apartement, terletak di atas tanah seluas 42.000 m². Mall ini terletak di pusat kota dan menjadi pusat

perkembangan bidang usaha dengan akses langsung dari Jl. A. Yani yang dianggap sebagai lokasi potensial buyer dari dalam maupun luar kota. Kawasan ini merupakan kawasan perdagangan dan perkantoran. Lokasi ini dipilih karena dianggap sebagai pasar yang sangat potensial dan strategis untuk berinvestasi. Mall ini merupakan pusat perbelanjaan modern, terbesar, terlengkap, dan termegah di pusat kota Banjarmasin.

1. Berdasarkan hasil kuesioner variabel Faktor Kebudayaan (X1) mendapatkan nilai rata-rata yaitu sebesar 3,44. Artinya berdasarkan keseluruhan penilaian yang meliputi Faktor Kebudayaan cukup berperan dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan rata-rata jawaban responden yang paling rendah yaitu 3,1 mengenai pernyataan Penggunaan e-money dalam keluarga saya sudah menjadi kebiasaan dikarenakan masih banyak keluarga yang belum terbiasa menggunakan fasilitas e-money sedangkan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi yaitu 3,61 mengenai pernyataan Saya menerima penggunaan e-money

sebagai alat pembayaran transaksi modern dikarenakan banyak masyarakat masa kini yang telah menggunakan e-money karena dinilai cukup memudahkan dalam melakukan transaksi dengan cepat dan efisien. Namun secara keseluruhan hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan segi alat transaksi modern, lokasi bertransaksi hingga kebiasaan belum maksimal. Sebaiknya hal ini perlu diperhatikan agar lebih banyak lagi masyarakat yang bertransaksi menggunakan e-money dalam berkegiatan di Dutamall Banjarmasin yang tentunya membuat penggunaannya semakin meningkat dan transaksi yang dilakukan menjadi lebih tepat dan efisien. E-money dapat direkomendasikan agar dapat digunakan lebih banyak khalayak sebagai alat pembayaran transaksi modern yang sering digunakan, menjadi kebiasaan dalam keluarga dan mendukung dalam melakukan transaksi dimanapun.

2. Berdasarkan hasil kuesioner variabel Faktor Sosial (X2) mendapatkan nilai rata-rata yaitu sebesar 3,375. Artinya berdasarkan

keseluruhan penilaian yang meliputi Faktor Sosial cukup berperan dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan rata-rata jawaban responden yang paling rendah yaitu 3,29 mengenai pernyataan Saya menggunakan fasilitas e-money karena mengacu pada teman sebaya dikarenakan ada beberapa faktor selain mengacu pada teman yang membuat seseorang ingin menggunakan fasilitas e-money sedangkan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi yaitu 3,52 mengenai pernyataan Pengaruh kemajuan teknologi membuat saya menggunakan e-money dalam bertransaksi dikarenakan banyak masyarakat masa kini yang telah menggunakan e-money karena perkembangan teknologi yang semakin cepat dari zaman ke zaman sehingga masyarakat mengikuti arus kemajuan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari salah satunya dalam bertransaksi. Sehingga secara keseluruhan hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan segi penggunaan karena teman sebaya, kepentingan peran status dan

jabatan, lingkungan pekerjaan dan kemajuan teknologi sudah baik dan sesuai faktor sosial. Sebaiknya hal ini dapat diperluas untuk wilayah sosial yang dapat mempengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi e-money di Dutamall Banjarmasin karena pengaruh teman sebaya, kepentingan peran status jabatan dan dominan bertransaksi serta kemajuan teknologi.

3. Berdasarkan hasil kuesioner variabel Faktor Pribadi (X3) mendapatkan nilai rata-rata yaitu sebesar 14,08. Artinya berdasarkan keseluruhan penilaian yang meliputi Faktor Pribadi sangat berperan dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan rata-rata jawaban responden yang paling rendah yaitu 3,36 mengenai pernyataan Saya menggunakan e-money karena memberikan keuntungan agar menjadi lebih hemat dikarenakan ada beberapa faktor yang membuat masyarakat merasa semakin mudah dalam transaksi pembayaran non tunai sehingga membuat mereka menjadi lebih konsumtif sedangkan rata-rata jawaban responden yang

paling tinggi yaitu 3,62 mengenai pernyataan Saya termotivasi menggunakan e-money karena aman dari perampokan dikarenakan faktor keamanan yang dinilai lebih privasi seperti penggunaan password dan kode verifikasi yang dapat menjamin keamanan dalam bertransaksi dimanapun dan kapanpun. Sehingga secara keseluruhan hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan segi keamanan dari perampokan, terlihat lebih modern, lebih praktis dan lebih hemat sudah cukup baik. Sebaiknya hal ini perlu ditingkatkan lagi misalnya dengan dorongan pribadi lainnya yang dapat membuat pengguna lain sadar akan kemudahan bertransaksi dengan menggunakan fitur e-money serta dalam meningkatkan kepercayaan diri terutama untuk pengguna e-money di Dutamall Banjarmasin. Selain itu, e-money dapat direkomendasikan karena aman dari perampokan, lebih modern, canggih, praktis, dan keuntungan menjadi lebih hemat.

4. Berdasarkan hasil kuesioner variabel Faktor Psikologis (X4) mendapatkan nilai rata-rata yaitu

sebesar 3,64. Artinya berdasarkan keseluruhan penilaian yang meliputi Faktor Psikologis sangat berperan dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan rata-rata jawaban responden yang paling rendah yaitu 3,31 mengenai pernyataan Penggunaan e-money membuat saya lebih percaya diri dikarenakan kepercayaan diri seseorang tidak hanya muncul dikarenakan penggunaan e-money namun banyak pengaruh lainnya yang dapat mempengaruhi timbulnya kepercayaan diri seseorang tersebut sedangkan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi yaitu 3,92 mengenai pernyataan menggunakan e-money membuat saya merasa lebih gaul dikarenakan lingkungan pergaulan sekitar menggunakan e-money dalam bertransaksi. Sehingga secara keseluruhan hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan segi kenyamanan, percaya diri, tempat bertransaksi dan pergaulan. Sebaiknya hal ini perlu ditingkatkan lagi dengan cara mendalami faktor psikologis lainnya untuk tertarik

menggunakan e-money dalam bertransaksi di Dutamall Banjarmasin. Misalnya dengan mengenali perasaan pengguna, mengumpulkan dan menganalisis informasi yang pengguna sukai, merumuskan pikiran dan pendapat serta mengambil tindakan dalam kekurangan yang dialami pengguna saat bertransaksi menggunakan e-money dengan nyaman dalam menggunakan, percaya diri, banyak tempat yang menyediakan fasilitas pembayaran menggunakan e-money, dan membuat menjadi lebih gaul di Dutamall Banjarmasin.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Faktor Kebudayaan dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin dinilai belum baik. Dalam segi alat transaksi modern, lokasi bertransaksi hingga kebiasaan belum maksimal. Sebaiknya hal ini perlu diperhatikan agar lebih banyak lagi masyarakat yang bertransaksi menggunakan e-money dalam berkegiatan di Dutamall Banjarmasin yang tentunya

membuat penggunaannya semakin meningkat dan transaksi yang dilakukan menjadi lebih tepat dan efisien.

2. Faktor Sosial dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin dinilai sudah baik. Dalam segi penggunaan karena teman sebaya, kepentingan peran status dan jabatan, lingkungan pekerjaan dan kemajuan teknologi harus sesuai faktor sosial.
3. Faktor Pribadi dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin ini cukup baik. Karena segi keamanan dari perampokan, terlihat lebih modern, lebih praktis dan lebih hemat.
4. Faktor Psikologis dalam penggunaan e-money di Dutamall Banjarmasin sudah cukup baik. E-money dapat direkomendasikan agar banyak yang menggunakannya karena memiliki keuntungan dari segi kenyamanan, percaya diri, tempat bertransaksi dan pergaulan.

Saran

1. Kartu e-money mudah hilang, sehingga akan sangat berbahaya jika kartu tersebut dapat ditemukan orang lain serta sisa saldo e-money yang tidak bisa diuangkan padahal sisa saldo yang ada dapat dimanfaatkan lagi apabila bisa diuangkan.
2. Penggunaan e-money di Indonesia menggunakan e-money karena mengikuti teman sebaya, bukan karena benar-benar memerlukan dan ingin menggunakan. Selain itu, mereka juga menggunakan hanya karena peran status dan jabatan dalam pekerjaan, dan lingkungan pekerjaan lebih sering menggunakan e-money dibandingkan uang tunai sehingga penggunaannya dalam waktu tertentu saja dan karena kemajuan teknologi yang perlu diikuti.

DAFTAR PUSTAKA

- Allport, G.W. (2005). *The Individual and His Religion, A Psychological Interpretation*. New York: The Macmillan Company.
- Alni, Rahmawati. (2012). *Statistika*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah. Yogyakarta.
- Apriani, D., & Pradana, M. (2020). The Influence Of Electronic Word Of Mouth (EWOM) Towards Consumers' Purchase Decision At Bakso Boedjangan, Bandung. *Journal of Business Management (IJRDO)*, 3(1), 38–44.
- Budiono, Haris. 2016. *Manajemen Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Charles Lamb, W.et.al. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.
- Daradjat, Zakiah. 2005. *Pendidikan Islam Dalam Keluarga Dan Sekolah*. Jakarta: Ruhama.
- Handoko, T. Hani dan Reksohadiprodjo. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perusahaan*. Edisi Kedua. BPFE: Yogyakarta.
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta. Hasibuan Malayu. 2016. *Manajemen Sumber daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*.

- Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Uin Syarif Hidayatullah (2019): 5– 7.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Veithzal Rivai Zainal, S. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk. Perusahaan*. Edisike-7. Depok: PT RAJAGRAFINDO.
- Machfoedz, M. (2015). *Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan Implementasi*. Yogyakarta, Indonesia: BPFE.
- Philip Kotler (2005) *Managemen Pemasaran*. edisi kesebelas Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran ed. Ketiga*. Belas. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Penerbit Erlangga.
- Pontoh, Nia. K, dan Iwan Kustiawan. 2008. *Pengantar Perencanaan Perkotaan*. ITB Press. Bandung.
- Sanderson, Stephen K. (2008). *Sosiologi Makro: Suatu Pendekatan Terhadap Realitas Sosial*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sumadi Suryabrata, 2006. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Syifa, Lailatu. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Skripsi