

## ASPEK YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN UANG DIGITAL DI KOTA MAKASSAR

Dirwan\*, Fitriani Latief\*\*

STIE Nobel Indonesia Makassar

Email: [dirwan@stienobel-indonesia.ac.id](mailto:dirwan@stienobel-indonesia.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji promosi, kemudahan, manfaat, keamanan dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang digital di Kota Makassar. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan *saintific*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna dompet digital dengan alat pembayaran *gopay* di Kota Makassar. Sampel adalah 100 orang dengan teknik sampel yaitu *accidental sampling*. Analisis statistik regresi linier berganda dengan bantuan SPSS digunakan untuk mengolah data penelitian.

Hasil penelitian ini menemukan : kemudahan, manfaat, keamanan dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang digital di Kota Makassar.

**Kata Kunci:** *kemudahan, manfaat, keamanan, fitur layanan, minat penggunaan uang digital di Kota Makassar.*

### ABSTRACT

*This study aims to examine promotion, convenience, benefits, security and service features that affect the interest in using digital money in Makassar City. This research approach uses a scientific approach. The population in this study were all digital wallet users with the gopay payment instrument in Makassar City. The sample was 100 people with the sample technique, namely accidental sampling. Multiple linear regression statistical analysis with the help of SPSS was used to process research data.*

*The results of this study found: convenience, benefits, security and service features have a positive and significant effect on the interest in using digital money in Makassar City.*

**Keywords :** *promotion, convenience, benefits, security, service features, interest in using digital money*

## PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi *fintech* (keuangan) salah satunya dapat dilihat dengan hadirnya dompet digital (*e-wallet*) yang sangat populer di masyarakat milenial saat ini. Dompet digital sebagai salah satu alat pembayaran bertransaksi secara online yang memanjakan konsumennya karena dapat dilakukan dimanapun tanpa harus mengantri di depan kasir.

Data transaksi penggunaan *e-money* di Indonesia setiap tahun terus meningkat terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Data Penggunaan *e-Money* Periode 2015-2019

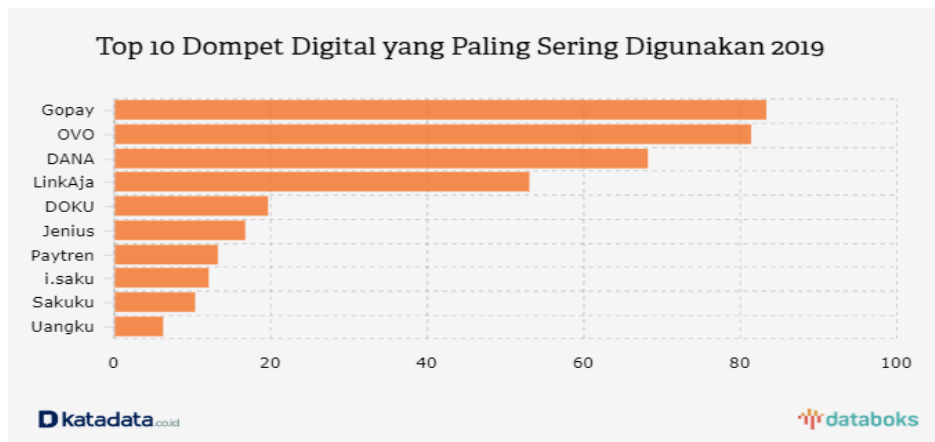
Tahun	Volume (Satuan)	Nominal (Juta Rp)	Kenaikan (Juta (Rp))
2015	535,579,528	5,283,018	1,963,462
2016	683,133,352	7,063,689	1,780,671
2017	943,319,933	12,375,469	5,311,780
2018	2,922,699,919	47,198,616	34,823,147
2019	5,226,699,919	145,165,468	97,966,852

Sumber : [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) (diolah, 2020)

Peningkatan transaksi penggunaan *e-money* yang nampak pada tabel di atas, memberi isyarat populernya dompet digital maupun perkembangan *fintech* di Indonesia karena saat ini setiap orang menginginkan sesuatu yang serba cepat.

Gojek sebagai salah satu usaha berbasis teknologi yang menawarkan layanan transaksi online dengan dompet digital, dimana semua transaksi konsumen dapat dibayar dengan. Layanan yang ditawarkan juga beragam mulai dari layanan transportasi, pengantaran makanan, pengantaran paket, dan lain-lain yang semua dapat dilakukan hanya dengan bermodalkan jaringan internet dan *smartphone*.

Setiap transaksi dalam layanan gojek dapat dibayar dengan sistem pembayaran *gopay*. *Gopay* sebagai dompet digital resmi menyimpan Gojek kredit, yang dapat digunakan untuk membayarkan semua transaksi yang berkaitan dengan layanan Gojek seperti *Go-Ride*, *Go-Car*, *Go-Send*, *Go-Food* *Go-Bluebird* dan aplikasi lainnya. Selain itu, *Gopay* memudahkan pemakainya untuk mengisi dana dalam dompet digital tersebut yang bisa melalui bank atau mengisi di minimarket yang sudah bekerja sama dengan dompet digital tersebut dapat pula diisikan oleh orang-orang terdekat.



Gambar 1. Dompot Digital yang paling Sering Digunakan  
Sumber : [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Tingginya angka penggunaan *gopay* di masyarakat yang terlihat dalam gambar di atas, dilatarbelakangi kepraktisan bertransaksi tanpa uang tunai. Kota Makassar salah satu kota besar di Indonesia yang masyarakatnya banyak menggunakan aplikasi gojek dan pembayaran *gopay* dalam bertransaksi. Konsumen yang telah mendengarkan informasi tentang sebuah produk atau jasa akan berminat terhadap produk atau jasa yang diinginkan. (Chinomora, Okoumba, & Poee, 2013). Minat konsumen untuk membeli dan memilih produk didasarkan pada pengalaman atau cara menggunakan produk yang diinginkan tersebut. (Saputra, 2017).

Aspek promosi salah satu yang berperan menarik minat konsumen menggunakan sistem pembayaran *gopay*. Promosi potongan harga, *cashback*, potongan harga beli 1 dapat 2, bonus, dan kode voucher pada saat melakukan transaksi dengan *gopay* menarik minat konsumen untuk bertransaksi. Hasil penelitian (Priskia & Sitinjak, 2019) membuktikan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat memakai ulang layanan *gopay*.

Selain promosi, aspek kemudahan pada layanan aplikasi yang ditawarkan gojek dengan sistem pembayaran *gopay* juga terbukti meningkatkan minat konsumen lebih memilih *gopay* dibandingkan pesaingnya. *Gopay* saat ini tidak hanya digunakan sebagai alat pembayaran tetapi juga dapat digunakan untuk layanan transfer uang bahkan layanan menerima uang yang mudah digunakan oleh konsumennya. (Latief & Nur, 2019) menyatakan bahwa kemudahan yang dirasakan sistem aplikasi gojek meningkatkan minat konsumen. Hasil penelitian (Atriani, Permandi, & Rimestuti, 2020) menemukan bahwa kemudahan signifikan memengaruhi minat menggunakan dompet digital.

Manfaat aplikasi mejadi salah satu aspek yang memengaruhi minat konsumen. Aplikasi yang dapat dimanfaatkan memudahkan apa yang

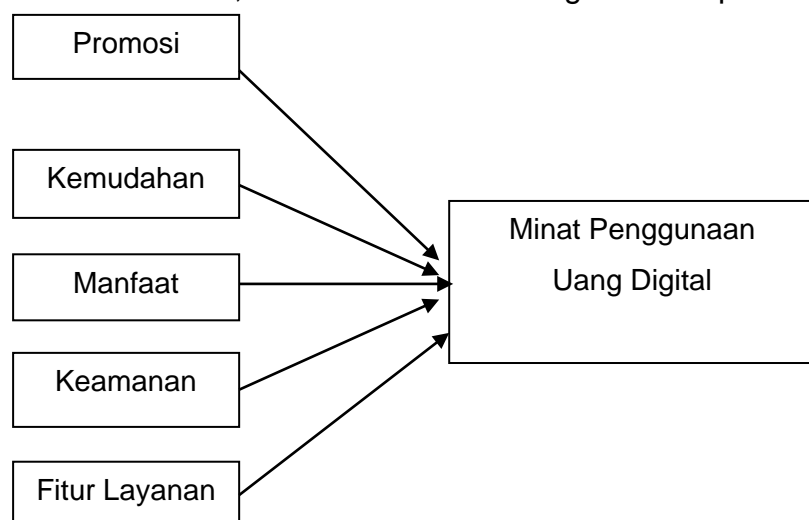
konsumen ingin beli atau transaksi membuat minat konsumen dapat meningkat. (Latief & Nur, 2019) menyatakan bahwa teknologi *gopay* akan memberi manfaat bagi konsumen yang menggunakan aplikasi *gojek*. Hasil penelitian (Nurzanita & Marlana, 2020) menemukan bahwa manfaat signifikan memengaruhi keputusan konsumen. (Aksami & Jember, 2019) juga menemukan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-money*.

Aspek lain yang dapat memengaruhi minat konsumen yaitu keamanan. Keamanan merupakan tingkat keyakinan yang dimiliki oleh konsumen terhadap teknologi yang digunakannya dalam bertransaksi. (Kartika, 2016). Hasil penelitian (Utami, Seti, & Kusumawati, 2017) menemukan bahwa keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-Money* karena dengan keamanan yang dirasakan konsumen, maka perasaan aman dan nyaman akan dirasakan oleh konsumen saat bertransaksi.

Fitur layanan juga menjadi aspek yang memengaruhi minat konsumen karena dengan fitur ini melatarbelakangi konsumen untuk memilih suatu produk. Bagi pemasar produk fitur sebagai alat mempersentasikan produknya agar dapat bersaing dengan produk pesaing. (Wibowo, Rosmauli, & Suhud, 2015). Hasil penelitian (Fatonah & Hendratmoko, 2020) membuktikan bahwa fitur layanan signifikan memengaruhi minat menggunakan *e-money*.

Penelitian ini merujuk penelitian yang telah dilakukan oleh (Latief & Dirwan, Pengaruh Kemudahan, Promosi dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital., 2020), penelitian ini menggunakan variabel promosi, kemudahan, manfaat, keamanan dan fitur layanan terhadap minat penggunaan uang digital terkhusus sistem pembayaran *gopay* di Kota Makassar.

Berdasarkan uraian di atas, maka disusun kerangka konseptual berikut :



## Gambar 2. Kerangka Konseptual

Maka diajukan hipotesis berikut :

- H1 : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.
- H2 : Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.
- H3 : Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.
- H4 : Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.
- H5 : Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.

## METODE

### Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan *saintific* untuk menguji pembenaran hipotesis yang diajukan dengan statistik sampai menemukan kesimpulan (Jogiyanto, 2014).

### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang didistribusikan secara langsung kepada pengguna dompet digital terkhusus sistem pembayaran gopay. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan bertujuan sebagai alat bantu untuk mengumpulkan data variabel penelitian, yaitu dengan cara menyebarkan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden.

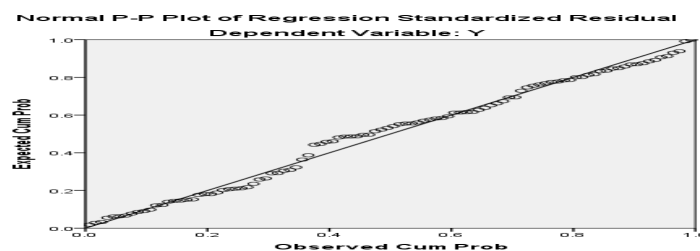
### Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna dompet digital dengan alat pembayaran gopay di Kota Makassar. Karena jumlah populasi tidak diketahui jumlah pastinya maka peneliti menggunakan teknik sampel sesuai dengan teori (Hair et.al, 2010) yaitu penentuan sampel sesuai dengan banyaknya jumlah item pertanyaan  $n \times 5$ , jadi total sampel adalah 100 orang dengan teknik sampel yaitu *accidental sampling*.

## HASIL PENELITIAN

### Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data dengan uji grafik normal *probability plot*, menunjukkan bahwa data dalam penelitian layak digunakan dan dikatakan normal, hal ini nampak pada gambar berikut :



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas  
Sumber : Data Diolah SPSS (2020)

### Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
Promosi	,674	1,484	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kemudahan	,856	1,168	Tidak terjadi Multikolinearitas
1 Manfaat	,702	1,424	Tidak terjadi Multikolinearitas
Keamanan	,972	1,029	Tidak terjadi Multikolinearitas
Fitur layanan	,973	1,027	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data Diolah SPSS (2020)

Dari hasil pengujian multikolinearitas data di atas memperlihatkan semua variabel independen dalam penelitian ini dapat ditoleransi dan keberadaannya tidak mengganggu model.

### Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Adjusted R Square	Koefisien Determinasi		Keterangan
	Berganda		
0.592	59,20%		Pengaruh Variabel

X terhadap Y  
sebesar 59,20%

Sumber : Data Diolah SPSS (2020)

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien determinasi berganda menjelaskan minat pengguna gopay sebesar 59,20% dipengaruhi oleh, promosi, kemudahan, manfaat, keamanan dan fitur layanan.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Promosi	3,956	1,661	,000	Berpengaruh positif signifikan
Kemudahan	3,015	1,661	,003	Berpengaruh positif signifikan
Manfaat	5,688	1,661	,000	Berpengaruh positif signifikan
Keamanan	2,142	1,661	,035	Berpengaruh positif signifikan
Fitur layanan	2,258	1,661	,026	Berpengaruh positif signifikan

Sumber : Data diolah SPSS (2020)

Tabel di atas menunjukkan semua variabel independen dalam penelitian ini mempunyai nilai t hutung yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yang berarti berpengaruh positif dan signifikan.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh promosi terhadap minat penggunaan dompet digital.**

Hasil penelitian ini yang menemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital. Hal ini memberi arti bahwa promosi sebagai salah satu alat pemasaran yang dapat menarik minat konsumen. Sebagian besar responden berargumen bahwa sistem pembayaran gopay dipilih karena banyak promosi yang ditawarkan. Semakin banyak promosi yang ditawarkan dalam aplikasi gojek, akan meningkatkan minat penggunaan ulang konsumennya.

Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Susanto, Natalia, & Siaputra, 2016) dan (Satria, 2017) yang menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian (Priskia & Sitinjak, 2019) menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat memakai ulang layanan Gopay.

### **Pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan dompet digital.**

Hasil penelitian ini yang menemukan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital. Hal ini memberi arti bahwa mudahnya aplikasi gojek dimengerti



dan digunakan oleh konsumennya dapat menarik minat konsumen. Sistem pembayaran gopay sangat memudahkan konsumen dalam bertransaksi. Semakin mudah teknologi dalam aplikasi gojek, akan meningkatkan minat penggunaan ulang konsumennya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Maharama & Kholis, 2018), (Ambarwati, 2019) dan (Atriani, Permandi, & Rimestuti, 2020) yang menemukan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian (Latief & Nur, Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Minat Konsumen Sistem Pembayaran Gopay Pada Layanan Gopay, 2019) menemukan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen sistem pembayaran Gopay.

#### **Pengaruh manfaat terhadap minat penggunaan dompet digital.**

Hasil penelitian ini yang menemukan bahwa manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital. Hal ini memberi arti bahwa manfaat sistem pembayaran gopay sangat praktis untuk para konsumennya. Konsumen tidak perlu menyiapkan uang tunai saat bertransaksi sehingga sangat mengifisienkan waktu. Pembayaran gopay juga dapat dilakukan oleh orang terdekat sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh konsumen yang bertransaksi.

Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Aksami & Jember, 2019), (Sari, Listiawati, Novitasari, & Vidyasari, 2019) dan (Wardhani, Izaak, & Hardiyani, 2020) yang menemukan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen. Hasil penelitian (Atriani, Permandi, & Rimestuti, 2020) menemukan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital.

#### **Pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan dompet digital.**

Hasil penelitian ini yang menemukan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital. Hal ini memberi arti bahwa keamanan saldo saat bertransaksi dan keamanan informasi diri konsumen yang dilindungi saat menggunakan Gopay dapat menarik minat konsumen. Banyak atau sedikitnya saldo yang ada dalam aplikasi gojek konsumen tidak akan mengganggu proses transaksi. Konsumen akan merasa aman mengisi saldo gopay karena saldo gopay tidak akan berkurang jika tidak melakukan transaksi, hal ini akan meningkatkan minat penggunaan ulang konsumennya.

Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Utami, Seti, & Kusumawati, 2017), (Aksami & Jember, 2019) dan (Sari, Listiawati, Novitasari, & Vidyasari, 2019) yang menemukan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.

#### **Pengaruh fitur layanan terhadap minat penggunaan dompet digital.**



Hasil penelitian ini yang menemukan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital. Hal ini memberi arti bahwa fitur layanan akan menjadi salah satu daya tarik yang dapat menarik minat konsumen. Fitur layanan pada saat melakukan pembayaran gopay yang mudah di akses oleh konsumen kapan saja ingin bertransaksi, akan meningkatkan minat penggunaan ulang konsumennya.

Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Agustina H, 2017), (Abrilia & Sudarwanto, 2020) dan (Fatonah & Hendratmoko, 2020) yang menemukan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

### **Simpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dapat ditarik simpulan bahwa promosi, kemudahan, manfaat, keamanan dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel penelitian dengan mengambil semua dompet digital yang digunakan masyarakat dan menambah aspek-aspek lain yang dapat memengaruhi minat penggunaan dompet digital.

### **REFERENSI**

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3).
- Agustina H. (2017). Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Manajemen KINERJA*, 3(1), 24-29.
- Aksami, N. D., & Jember, I. (2019). Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar. *E-Jurnal EP UNUD*, 8(10).
- Ambarwati, D. (2019, Juli). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan Terhadap Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa STIE-AUB Surabaya. *Kelola: Jurnal Bisnis & Ekonomi*, 6(1).
- Atriani, A., Permandi, L. A., & Rimestuti, B. H. (2020, Juni). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan

- Dompot Digital OVO. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora)*, 6(1), 54-61.
- Chinomora, R., Okoumba, L., & Pooe, D. (2013). The Impact Of Product Quality On Perceived Value, Trust and Student's Intention to Purchase Electronic Gadgets. *Mediterranean Journal Of Social Sciences*, 4(4), 463-472.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan e-Money. *Jurnal Manajemen-FEB Unmul*, 12(2).
- Hair et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Jogiyanto, H. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis (salah kaprah dan pengalaman-pengalaman)*. Yogyakarta: BPFE.
- Kartika, A. (2016). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Go-Pay di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 6(2).
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1).
- Latief, F., & Nur, Y. (2019). Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Minat Konsumen Sistem Pembayaran Gopay Pada Layanan Gojek. *Bongaya Journal Research Management*, 2(2).
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018, Juli). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekobis*, 19(2), 203-213.
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay di Surabaya dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 17(2).

- Priskia, & Sitinjak, T. (2019, November). Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Gopay di Wilayah Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(1), 13-33.
- Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada PT. Samudranesia Tour And Travel Pekanbaru). *JOM Fisip*, 4(1).
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126-134.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1).
- Susanto, O. E., Natalia, M., & Siaputra, H. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Budget di Kawasan Surabaya Pusat. *Jurnal Hospitality dan Management Jasa*, 4(2).
- Utami, U., Seti, S., & Kusumawati, B. (2017, Juli). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta. *Jurnal Balance*, 14(2).
- Wardhani, N. I., Izaak, W. C., & Hardiyani, L. (2020). Analisis Tingkat Persepsi Konsumen Pada Minat Penggunaan Kartu e-Money. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2).
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6(1).