

Pengaruh Nilai Manfaat, Risiko dan Pengaruh Sosial terhadap Keputusan Pebisnis dalam Penggunaan *E-Money*

Fitriyah Hani Melinia, Fityan Izza Noor Abidin*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No.666 B Sidoarjo, Jawa Timur, 61215 Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: fityan_umsida@yahoo.co.id

Paper received: 3-2-2023; revised: 20-2-2023; accepted: 27-2-2023

Abstract

The development of e-money transactions among business people is still not optimal due to a lack of knowledge about e-money. This study is intended to test whether there is an effect of the value of benefits, risks, and social influences on business decisions in the use of e-money. The quantitative method was used in this study. At the same time, the population used is business people who live in the Pandaan sub-district and have registered UMKM in the area. The data in this study were obtained from the answers to the questionnaire. The data collection used purposive sampling and was distributed to 82 respondents. It processed data using SPSS version 26 with multiple linear regression analysis testing and t-tests. In this study, the results show that 1) the value of benefits significantly affects business decisions in using e-money. The t proves this count is 15.231, while the significance value is 0.000. 2) risk does not significantly affect business decisions in using e-money. This is confirmed by t count -1.003 while the significance value is 0.319. 3) social influence significantly affects business decisions in the use of e-money. This is proven by the t count of 3.220, while the significance value is 0.002.

Keywords: benefit value; risk; social influence; usage decision; e-money

Abstrak

Perkembangan transaksi e-money di kalangan pebisnis masih kurang maksimal dikarenakan kurangnya pengetahuan akan e-money. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah ada pengaruh nilai manfaat, risiko dan pengaruh sosial terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan e-money. Metode kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini. Sedangkan populasi yang digunakan adalah pebisnis yang bertempat tinggal di kecamatan Pandaan dan sudah terdaftar UMKM di wilayah tersebut. Data pada penelitian ini didapatkan dari jawaban kuesioner. Pengumpulan data menggunakan purposive sampling dan menyebarkan kepada 82 responden. Pengolahan data menggunakan program bantuan SPSS versi 26 dengan pengujian analisis regresi linier berganda dan uji t. Dalam penelitian ini menyatakan hasil bahwa 1) nilai manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan e-money hal ini terbukti dengan t hitung 15,231 sedangkan nilai signifikansi 0,000. 2) risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan e-money hal ini terbukti dengan t hitung -1,003 sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,319. 3) pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan e-money hal ini terbukti dengan t hitung 3,220 sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,002.

Kata kunci: nilai manfaat; risiko; pengaruh sosial; keputusan penggunaan; e-money.

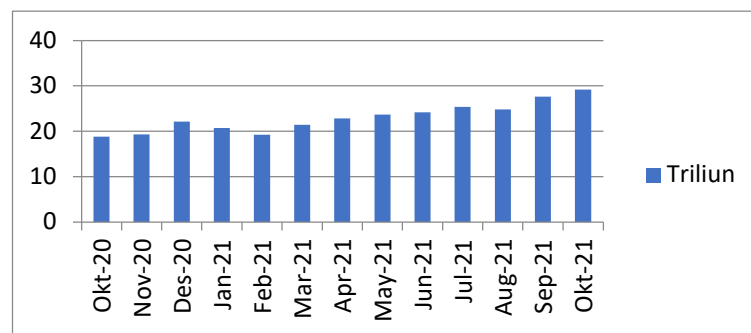
1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi yang ada sekarang ini banyak dimanfaatkan oleh sektor bisnis untuk mengembangkan bisnisnya. Perkembangan tersebut memunculkan berbagai inovasi pada sektor perbankan terkait banyak pilihan bagi penggunanya untuk memilih instrumen dan mekanisme yang dianggap paling cepat dan praktis. Walaupun memiliki banyak instrumen tetapi secara umum sistem pembayaran terdiri dari 2, yaitu alat pembayaran tunai dan non tunai. Sistem pembayaran tunai merupakan sistem pembayaran yang menggunakan mata uang

negara dengan media uang kartal berbentuk uang kertas dan logam. Sedangkan sistem pembayaran non tunai merupakan sistem pembayaran yang menggunakan media uang non tunai. Saat ini sistem pembayaran non tunai berkembang menjadi *card based instrument* dan *electronic base instrument* (Hidayat, 2009). *Card based instrument* menggunakan sarana pembayaran kartu ATM, debit maupun kredit, sedangkan *electronic based instrument* menggunakan sarana pembayaran uang elektronik atau biasa yang disebut dengan *e-money*.

E-money atau Uang Elektronik yaitu uang yang digunakan untuk bertransaksi di internet dengan cara elektronik dan melibatkan jaringan internet. (Serfianto, Hariyani, & Serfiani, 2012) Uang elektronik merupakan alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur, yaitu diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang terhadap penerbit, nilai uang disimpan ke dalam *server* secara elektronik, digunakan sebagai alat pembayaran kepada *merchant* dan bukan ke penerbit uang elektronik tersebut.

Pebisnis atau *merchant* dalam sistem *e-money* adalah pedagang yang menyediakan menggunakan fasilitas jasa pembayaran dengan *e-money* dalam transaksi pembayarannya. Dalam hal ini, pebisnis berusaha mempersiapkan hal untuk meningkatkan efisien dan efektifitas bisnisnya. Menurut data dari Bank Indonesia, *e-money* mengalami peningkatan pada bulan oktober 2021.



Gambar 1. Nilai Transaksi Uang Elektronik Periode 2021

Akan tetapi, pada bulan januari 2021 terjadi penurunan nilai transaksi uang elektronik (*e-money*), hal ini menunjukkan bahwa masih ada ketidakstabilan dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*), Grafik dapat dilihat pada Gambar 1. Ketidakstabilan tersebut membuktikan tidak semua masyarakat di Indonesia menggunakan pembayaran elektronik dikarenakan kurangnya pengetahuan, masyarakat menganggap uang tunai lebih mudah digunakan dan lebih efektif untuk digunakan transaksi sehari-hari.

Nilai manfaat merupakan suatu tingkat atau kegunaan dimana seseorang yakin akan menggunakan suatu produk tertentu dan akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi kegunaan merupakan persepsi terhadap kemanfaatan yang diartikan sebagai suatu ukuran penggunaan teknologi yang dipercaya dapat mendatangkan suatu manfaat bagi yang menggunakan (Shomad & Purnomosidhi, 2012). Akan tetapi pada kenyataannya bahwa penggunaan *e-money* pada kurang dimanfaatkan dengan baik. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan akan manfaat penggunaan *e-money* ke dalam bisnisnya.

Risiko merupakan suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan oleh seseorang untuk membuat keputusan iya atau tidak dalam melakukan transaksi (Priambodo &

Prabawani, 2016). Pada penggunaan *e-money* tidak terlepas dari kekhawatiran pengguna akan ketidakpastian muncul ketika menggunakan transaksi berupa uang elektronik, seperti halnya terjadinya kesalahan dari sistem *e-money* itu sendiri, saldo berkurang dengan sendirinya sedangkan pengguna *e-money* tersebut tidak melakukan transaksi apapun, selain itu bisa jadi terjadi kesalahan dari diri sendiri (*human error*). Hal ini akan menjadi ancaman bagi pebisnis yang masih menggunakan transaksi lama dikarenakan konsumen saat ini sudah banyak yang menginginkan serba cepat.

Pengaruh sosial merupakan perolehan informasi dan tekanan implisit maupun eksplisit dari seseorang, kelompok dan media massa yang memberikan dampak bagaimana seseorang berperilaku (Hoyer & Maccinis, 2010). Namun peneliti menemukan fakta bahwa masih jarang pebisnis yang menerapkan *e-money* ke dalam transaksi jual belinya dikarenakan kurangnya faktor sosial pada pebisnis. Berdasarkan latar belakang diatas, maka judul yang diambil oleh peneliti adalah "Pengaruh Nilai Manfaat, Risiko dan Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Pebisnis Dalam Penggunaan *E-Money*".

2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode penelitian kuantitatif. Kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka untuk melakukan analisis dan uji efek (Sugiyono, 2017). Penelitian ini akan melakukan pengujian terhadap hipotesis yang ditetapkan dalam bentuk hubungan sebab-akibat antara variabel independen (nilai manfaat, risiko dan pengaruh sosial) dan variabel dependen (keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*).

Penelitian ini dilakukan di Desa Sumberejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan yang sudah terdaftar UMKM di wilayah tersebut. Peneliti mengambil lokasi tersebut dikarenakan daerah tersebut mayoritas memiliki pekerjaan sampingan sebagai *merchant*.

Populasi merupakan wilayah penyamarataan yang memiliki suatu subjek atau objek serta mempunyai karakteristik tertentu dan dipilih peneliti untuk di analisis lalu ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah pebisnis yang berada di wilayah Desa Sumberejo Kecamatan Pandaan yang terdaftar UMKM di wilayah tersebut. Adapun sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 82 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode *purposive sampling* dengan kriteria yang ditentukan, yaitu pebisnis yang berada di desa Sumberejo kecamatan Pandaan, terdaftar UMKM di daerah tersebut, berumur 18-35 tahun dan pengguna *e-money*.

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif. Adapun sumber data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh langsung dari responden dengan menjawab pertanyaan yang ada pada kuesioner. Sedangkan data sekunder didapatkan dari bentuk dokumen yang didapatkan dari kantor kecamatan Pandaan kabupaten Pasuruan berupa data UMKM yang sudah terdaftar di wilayah tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan 2 teknik pengumpulan data, yaitu kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang dijawab oleh responden supaya peneliti mendapatkan data penelitian untuk mengatasi masalah serta menguji hipotesis yang sudah ditentukan (Sari, 2012). Kuesioner disebarkan ke rekan-rekan yang kriterianya sesuai lalu meminta ketersediaannya untuk mengisi. Penyebaran kuesioner tersebut bertujuan untuk mengetahui penilaian responden mengenai nilai manfaat, risiko dan pengaruh sosial

terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money* serta penelitian ini menggunakan skala *likert*. Sedangkan dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data maupun informasi yang berasal dari buku, jurnal, dokumen, arsip maupun data dari internet yang berkaitan dengan penelitian. Pada penelitian ini, pengumpulan data dalam bentuk dokumen yang didapatkan dari kantor kecamatan Pandaan kabupaten Pasuruan berupa data UMKM yang sudah terdaftar di wilayah tersebut.

Teknik analisis data menggunakan bantuan program komputer IBM SPSS Statistic Version 26 For Window. Dengan uji yang akan dilakukan yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Statistik Deskriptif, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil

3.1.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemutlakan dari elemen pertanyaan sehingga data yang digunakan berikutnya didasarkan atas elemen pertanyaan yang valid. Dalam penelitian ini, kriteria untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pernyataan sebagai berikut :

1. Tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$).
2. r tabel ditentukan menggunakan rumus $df = n - 2$ ($82 - 2 = 80$), maka r tabel bernilai 0,217.
3. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 82.
4. r hitung $>$ r tabel serta bernilai positif maka pertanyaan dari setiap variabel dinyatakan valid.

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel nilai manfaat, risiko, pengaruh sosial, keputusan penggunaan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid.

3.1.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang berarti indikator variabel dinyatakan reliabel apabila jawaban dari pertanyaan konsisten. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,70. Hasil dari uji reliabilitas pada penelitian pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa semua dimensi pada variabel nilai manfaat, risiko, pengaruh sosial, keputusan penggunaan memiliki nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa semua dimensi bersifat reliabel.

Tabel 1. Hasil uji validitas

No.	Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Nilai Manfaat (X1)				
1.	X1.1	0,942	0,217	Valid
2.	X1.2	0,918	0,217	Valid
3.	X1.3	0,923	0,217	Valid
4.	X1.4	0,913	0,217	Valid
5.	X1.5	0,888	0,217	Valid
Risiko (X2)				
1.	X2.1	0,800	0,217	Valid
2.	X2.2	0,853	0,217	Valid
3.	X2.3	0,914	0,217	Valid
4.	X2.4	0,849	0,217	Valid
Pengaruh Sosial (X3)				
1.	X3.1	0,676	0,217	Valid
2.	X3.2	0,778	0,217	Valid
3.	X3.3	0,836	0,217	Valid
4.	X3.4	0,798	0,217	Valid
5.	X3.5	0,721	0,217	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)				
1.	Y.1	0,925	0,217	Valid
2.	Y.2	0,901	0,217	Valid
3.	Y.3	0,931	0,217	Valid
4.	Y.4	0,928	0,217	Valid
5.	Y.5	0,895	0,217	Valid

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Nilai Manfaat (X1)	0,952	Reliabel
Risiko (X2)	0,877	Reliabel
Pengaruh Sosial (X3)	0,817	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0,951	Reliabel

3.1.3. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3. Hasil statistik deskriptif

Variabel	Pernyataan	Mean	SUM
Nilai Manfaat (X1)	X1.1	4,34	356
	X1.2	4,27	350
	X1.3	4,18	343
	X1.4	4,01	329
	X1.5	4,24	348
	Rata-rata frekuensi X1	4,19	345,2
Variabel Risiko (X2)	Pernyataan	Mean	SUM
	X2.1	3,09	253
	X2.2	3,13	257
	X2.3	3,05	250
	X2.4	2,90	238
	Rata-rata frekuensi X2	3,09	249,5
Variabel Pengaruh Sosial (X3)	Pernyataan	Mean	SUM
	X3.1	2,88	236
	X3.2	3,60	295
	X3.3	2,94	241
	X3.4	3,29	270
	X3.5	3,20	262
Rata-rata frekuensi X3	3,18	260,8	
Variabel Keputusan Penggunaan (Y)	Pernyataan	Mean	SUM
	Y.1	3,98	326
	Y.2	4,00	328
	Y.3	4,16	341
	Y.4	4,02	330
	Y.5	4,02	330
Rata-rata frekuensi Y	4,03	331	

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa variabel nilai manfaat memiliki nilai mean dan sum tertinggi sebesar 4,34 dan 356 dengan rata-rata frekuensi sebesar 4,19 dan 345,2, hal ini menunjukkan bahwa *e-money* menjadikan transaksi pembayaran saya lebih cepat. Pada variabel risiko memiliki nilai mean dan sum tertinggi sebesar 3,13 dan 257 dengan rata-rata frekuensi sebesar 3,09 dan 249,5, hal ini menunjukkan bahwa khawatir saldo *e-money* berkurang tanpa sebab sehingga mengalami kerugian. Pada variabel pengaruh sosial memiliki nilai mean dan sum tertinggi sebesar 3,60 dan 295 dengan rata-rata frekuensi sebesar 3,18 dan 260,8, hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang berada dilingkungan membuat saya memutuskan menggunakan *e-money*. Pada variabel keputusan penggunaan memiliki nilai mean dan sum tertinggi sebesar 4,16 dan 341 dengan rata-rata frekuensi sebesar 4,03 dan 331, hal ini menunjukkan bahwa *e-money* memberikan alternatif pembayaran sesuai kebutuhan saya.

3.1.4. Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 4. Hasil uji t

Coefficient ^a		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
Model		Coefficients		Coefficient		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,064	1,348		0,789	0,432
	Nilai Manfaat (X1)	0,811	0,053	0,810	15,231	0,000
	Risiko (X2)	-0,056	0,056	-0,048	-1,003	0,319
	Pengaruh Sosial (X3)	0,171	0,053	0,172	3,220	0,002

Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Berdasarkan Tabel 4 untuk mengetahui besarnya masing-masing pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel nilai manfaat (X1) terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*

Pada tabel diatas dapat diamati bahwa nilai t hitung untuk variabel nilai manfaat (X1) memiliki nilai sebesar 15,231 sedangkan t tabel sebesar 1,989. Maka dapat diketahui bahwa t hitung (15,231) > t tabel (1,989) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga hipotesis yang berbunyi nilai manfaat berpengaruh terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money* diterima (Ha diterima H₀ ditolak), artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara nilai manfaat terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*.

2. Pengaruh variabel risiko (X2) terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*

Pada tabel diatas dapat diamati bahwa nilai t hitung untuk variabel risiko (X2) memiliki nilai sebesar -1,003 sedangkan t tabel sebesar 1,989. Maka dapat diketahui bahwa t hitung (-1,003) < t tabel (1,989) dan nilai signifikan 0,319 > 0,05. Sehingga hipotesis yang berbunyi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money* diterima (Ha ditolak H₀ diterima), artinya tidak berpengaruh secara signifikan antara risiko terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*.

3. Pengaruh variabel pengaruh sosial (X3) terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*

Pada tabel diatas dapat diamati bahwa nilai t hitung untuk variabel pengaruh sosial (X3) memiliki nilai sebesar 3,220 sedangkan t tabel sebesar 1,989. Maka dapat diketahui bahwa t hitung (3,220) > t tabel (1,989) dan nilai signifikan 0,002 < 0,05. Sehingga hipotesis yang berbunyi pengaruh sosial berpengaruh terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money* diterima (Ha diterima H₀ ditolak), artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara pengaruh sosial terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*.

3.1.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel uji t pada Tabel 4, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,064 + 0,811 X1 + (-0,056) X2 + 0,171 X3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Penggunaan E-money

X1 = Nilai Manfaat

X2 = Risiko

X3 = Pengaruh Sosial

E = Error

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh nilai manfaat terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan e-money

Berdasarkan tabel koefisien uji statistik t, nilai t hitung untuk variabel nilai manfaat (X1) adalah sebesar 15,231 sedangkan t tabel sebesar 1,989. Maka dapat diketahui t hitung > t tabel dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Harefa dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Go-Pay (Harefa, 2021), RAD Susanti dengan judul Kemudahan dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-money Ovo, Go-Pay dan DANA (Susanti R. A .D., & Fardahlia D., 2021) dan MA Gustiany dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Bank BCA (Wiwaha, 2020).

Hal ini menunjukkan bahwa nilai manfaat berpengaruh secara signifikan pada keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*, yang dapat diartikan bahwa semakin banyak nilai manfaat yang didapatkan dari penggunaan *e-money* maka akan berpengaruh terhadap pebisnis yang memutuskan menggunakan *e-money*.

3.2.2. Pengaruh risiko terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan e-money

Berdasarkan tabel koefisien uji statistik t, nilai t hitung untuk variabel risiko (X2) adalah sebesar -1,003 sedangkan t tabel sebesar 1,989. Maka dapat diketahui t hitung < t tabel dan nilai signifikan sebesar $0,319 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendra dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-money di Surabaya (Prasetya, H., & Putra, S. E., 2020) dan Priambodo dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang) (Priambodo & Prabawani, 2016).

Hal ini menunjukkan bahwa risiko tidak berpengaruh secara signifikan pada keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*, yang dapat diartikan bahwa semakin rendah risiko maka keputusan penggunaan *e-money* semakin tinggi.

3.2.3. Pengaruh sosial terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan e-money

Berdasarkan tabel koefisien uji statistik t, nilai t hitung untuk variabel pengaruh sosial (X3) adalah sebesar 3,220 sedangkan t tabel sebesar 1,989. Maka dapat diketahui t hitung > t tabel dan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauziah dengan judul Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet (Fauziah & Ashfiasari, 2021) dan Suhendry dengan judul Minat Penggunaan Ovo Di Kota Pontianak Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Technology (Suhendry, 2020).

Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan pada keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*, yang dapat diartikan bahwa orang terdekat seperti kelompok referensi, keluarga maupun peran dan status serta *image* berpengaruh terhadap pebisnis untuk memutuskan menggunakan *e-money*.

4. Simpulan

Pada penelitian ini dapat ditarik simpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, adapun simpulan pada penelitian ini yaitu: (1) Variabel nilai manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*. (2) Variabel risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*. (3) Variabel pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*. Saran bagi Sektor Perbankan dan Non-Perbankan yaitu: (1) Dengan adanya penelitian ini diketahui bahwa nilai manfaat berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*. Oleh sebab itu, pihak perbankan maupun non-perbankan disarankan untuk terus memperhatikan indikator nilai manfaat seperti membuka akses *e-money* ke berbagai sektor umum dan bekerjasama dengan berbagai pihak yang memungkinkan penggunaan *e-money* ini sehingga pengguna dapat merasakan manfaat lebih dari menggunakan *e-money*. (2) Dengan adanya penelitian ini diketahui bahwa risiko berpengaruh negatif secara tidak signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*. Oleh karena itu, pihak perbankan maupun non-perbankan disarankan untuk lebih meminimalisir adanya risiko terkait penggunaan *e-money* sehingga akan meningkatkan pengguna *e-money*. (3) Dengan adanya penelitian ini diketahui bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money*. Oleh sebab itu, pihak perbankan maupun non-perbankan disarankan untuk lebih meningkatkan pengetahuan tentang *e-money* iklan, promosi dan sosialisasi sehingga akan banyak yang lebih mengenalnya dan penggunaan *e-money* akan lebih meningkat. Saran bagi Peneliti Selanjutnya yaitu Peneliti berharap riset ini dapat menjadi dasar dan memperluas jangkauan bagi penelitian selanjutnya serta dapat menggunakan ataupun menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pebisnis dalam penggunaan *e-money* dan menggunakan metode selain angket supaya memperoleh hasil yang

lebih rasional, seperti kuesioner terbuka atau wawancara sehingga penelitian ini semakin berkembang pada akademis kedepannya.

Ucapan Terima Kasih (Opsional)

Terima kasih kepada kedua orang tua atas doa dan dukungan selama menjalani kuliah ini. Terima kasih kepada Bapak Fityan Izza Noor Abidin, S.E., MSA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis hingga sampai detik ini.

Daftar Rujukan

- Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 1(4), 307-317.
- Gustiany, M. A., & Wiwaha, A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Bank BCA (Doctoral dissertation, STIE Jakarta International College).
- Harefa, P. (2021). Pengaruh Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap keputusan konsumen menggunakan go-pay (Studi Pada Mahasiswa/I S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Hidayat, T. (2013). PayPal untuk transaksi dan bisnis online. *Elex Media Komputindo*.
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2010). *Consumer behavior (Fifth)*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan risiko pada minat penggunaan e-money di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151-158.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Sari, S. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa. Universitas Islam Indonesia.
- Serfianto, R., Hariyani, I., & Serfiani, C. Y. (2012). *Untung dengan kartu kredit, kartu ATM-debit, dan uang elektronik*. Jakarta: Visimedia.
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap perilaku penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Sugiyono, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhendry, W. (2020). Minat penggunaan ovo di kota pontianak menggunakan model unified theory of acceptance and use technology. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(Mei), 1-12.
- Susanti, R. A. D., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan dan kemanfaatan pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, dan Dana. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57-71.