

# Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Gopay pada Masa Pandemi Covid-19

Kadek Heni Yuliana Sari\*, Sunitha Devi

Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Bali, Indonesia

\* heniyulianasari25@gmail.com

## Riwayat Artikel:

*Tanggal diajukan:*  
18 Maret 2022

*Tanggal diterima:*  
8 Agustus 2022

*Tanggal dipublikasi:*  
30 April 2023

**Kata kunci:** literasi keuangan, persepsi kredibilitas, persepsi manfaat

## Pengutipan:

Sari, Kadek Heni Yuliana & Devi, Sunitha (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *E-money* GoPay Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 13 (1), 44-54.

**Keywords:** *financial literacy, perceptions of credibility, perceptions of benefits*

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi keuangan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *E-money* GoPay Pada Masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna GoPay di Kabupaten Buleleng. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan *google form* dan diukur menggunakan skala likert. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan 270 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda diolah dengan bantuan program SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *E-money* GoPay pada masa pandemi covid-19. Persepsi kredibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *E-money* GoPay pada masa pandemi covid-19. Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *E-money* GoPay pada masa pandemi covid-19.

## Abstract

*This study aims to determine the effect of financial literacy, perceived credibility and perceived benefits on interest in using GoPay e-money during the Covid-19 pandemic. This research is a quantitative research. The data sources used consist of primary data and secondary data. The population in this study is the GoPay user community in Buleleng Regency. Methods of data collection using a questionnaire with google form and measured using a Likert scale. The sampling technique used purposive sampling method with 270 respondents. The data analysis method in this study used multiple regression analysis processed with the help of the SPSS version 22 program. The results of this study indicate that financial literacy has a significant positive effect on the interest in using GoPay e-money during the covid-19 pandemic. The perception of credibility has a significant positive effect on the interest in using GoPay e-money during the covid-19 pandemic. The perception of benefits has a significant positive effect on the interest in using GoPay e-money during the covid-19 pandemic.*

## Pendahuluan

Penggunaan Financial Technology (Fintech) di Indonesia setiap tahun semakin meningkat. Hal ini menciptakan kecenderungan seseorang melakukan transaksi non tunai, tidak bertransaksi secara tunai lagi. Metode pembayaran non – tunai antara lain seperti adanya kartu debit, e-money, pembayaran online, maupun kredit online akhirnya menjadi beberapa pilihan. Sebelumnya banyak orang yang kurang mempercayai adanya metode pembayaran secara non–tunai ini, dikarenakan keamanan, kenyamanan, serta prosesnya

yang relatif mudah. Seiring perkembangan jaman, banyak yang beralih dan berpindah ke transaksi non tunai karena dianggap mempunyai kelebihan dibandingkan transaksi secara tunai dikarenakan lebih mudah digunakannya.

GoPay atau yang sebelumnya disebut dengan Go-wallet yang merupakan salah satu produk dompet digital yang berfungsi untuk menyimpan Gojek kredit yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atau transaksi-transaksi yang berhubungan dengan setiap layanan yang ada di dalam aplikasi Gojek. Dengan menggunakan GoPay, semua orang dapat melakukan pembayaran ketika menggunakan layanan Gojek seperti Go-Ride, Go-car, Go-food, dan lain sebagainya. GoPay saat ini juga sudah terintegrasi dengan bank-bank besar yang ada di Indonesia demi kemudahan penggunaan GoPay untuk melakukan isi ulang atau top up saldo ke dalam GoPay. Bank yang menjadi mitra GoPay antara lain adalah Bank BCA, Mandiri, BNI, BRI, Permata Bank, CIMB Niaga, PRIMA dan ATM Bersama.

Menurut pada peraturan Bank Indonesia N0.18/40/PBI/201 (Peraturan Bank Indonesia, 2016), tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (PBI PTP) diterbitkan dengan mempertimbangkan: 1). Perkembangan teknologi dan sistem informasi yang melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan financial technology (fintech) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran baik dari sisi instrument penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran. 2). Inovasi dalam penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran yang perlu tetap mendukung terciptanya sistem pembayaran yang lancar, aman, efisien, dan andal. 3). Pemenuhan prinsip kehati-hatian dan manajemen risiko yang memadai, perluasan akses, kepentingan nasional dan perlindungan konsumen, serta standar dan praktik internasional. 4). Pengaturan sistem pembayaran saat ini yang perlu dilengkapi dan dirumuskan secara lebih komprehensif untuk memberikan arah dan pedoman yang semakin jelas kepada penyelenggara jasa sistem pembayaran dan penyelenggara penunjang transaksi pembayaran, serta kepada masyarakat.

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan mengamanatkan Otoritas Jasa Keuangan untuk mengatur dan mengawasi industri jasa keuangan sekaligus melindungi kepentingan masyarakat dalam berinteraksi dengan industri jasa keuangan. Dalam melindungi kepentingan masyarakat terdapat aspek literasi dan inklusi keuangan yang memerlukan strategi tersendiri dalam implementasinya. Data Bank Indonesia menunjukkan nilai transaksi uang elektronik pada Februari 2021 lalu tercatat sebesar Rp 19,2 triliun atau tumbuh 26,4 persen year on year. Demikian pula dengan volume transaksi digital banking yang mencapai 464,8 juta transaksi dengan nilai transaksi yang menembus Rp 2.547,5 triliun atau tumbuh 22,9 persen year on year pada Februari 2021 lalu.

Pada awal tahun 2020 jumlah uang elektronik yang beredar mencapai 313.785.298 dan pada akhir tahun mencapai 432.281.380 ini menunjukkan bahwa minat menggunakan e-money di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2020 di masa pandemi covid-19. GoPay menempati posisi pertama pengguna terbanyak sebesar 83,3% disusul dengan pengguna terbanyak OVO sebesar 81,4%, Dana 68,2%, LinkAja 53,0% dan disusul aplikasi lainnya. Paling terkenal disusul Dana 98,3%, LinkAja 84,6%, Doku 58,8%, Paytren 56,1%, Jenius 55,3%, Sakuku 53,6%, iSaku 34,4%, dan Uangku 29,2%.

Selama Masa Pandemi Corona, Transaksi GoPay Melonjak. Penyebaran virus corona membuat kebijakan pembatasan fisik dan sosial atau physical distancing diterapkan. Berkurangnya aktivitas di luar rumah menyebabkan perubahan pola belanja masyarakat. Dari situasi ini kami melihat adanya perubahan perilaku masyarakat yang lebih banyak menggunakan platform digital, baik untuk bertransaksi maupun untuk melakukan pembayaran, dari sisi konsumen dan pelaku usaha. Penggunaan akses internet di Buleleng berada pada peringkat ke 7 dari 9 Kabupaten/Kota. Di Buleleng lebih banyak menggunakan akses internet dan gaptak (gagap teknologi) pada masyarakat pedesaan. Masyarakat Buleleng cenderung melakukan transaksi pembayaran secara langsung yang dilakukan melalui indomaret/alfamart, melalui datang secara langsung ke bank yang tersedia ditempat. Masyarakat di Buleleng lebih memilih pembayaran secara tunai (cash) dan tidak ingin

mempersulit dalam hal transaksi pembayaran. Kabupaten Buleleng merupakan daerah dengan penduduk terbanyak di Bali tetapi minat masyarakat dalam penggunaan e-money GoPay masih sedikit dan hanya beberapa orang yang menggunakan aplikasi pembayaran tersebut misalnya, para mahasiswa, dosen, guru, pegawai negeri/swasta, pengusaha ataupun yang lainnya. Dari fenomena yang terjadi terkait penggunaan GoPay yaitu Maia Estianty menjadi korban pembobolan akun GoPay ketika menggunakan layanan pesan-antar GoFood dan beberapa orang lainnya telah menjadi korban pembobolan GoPay dan Kartu kredit.

Pada tahun (1989) Davis memperkenalkan theory TAM (Technology Acceptance Model) adalah salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi informasi. TAM (Technology Acceptance Model) merupakan sebuah aplikasi dan pengembangan TRA (Theory of Reasoned Action) dispesialisasikan untuk memodelkan penerimaan pemakai (user acceptance) terhadap sistem informasi Davis (1989).

TPB (Theory of Planned Behavior) merupakan pengembangan dari TRA (Theory of Reasoned Action) yang berkembang pada tahun (1967). Teori yang diungkapkan oleh Ajzen (1991), dikemukakan bahwa sikap dan kepercayaan seseorang dapat mempengaruhi perilaku seorang individu dalam menerima atau menolak suatu keputusan. TPB (Theory of Planned Behavior) merupakan teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia biasanya akan berperilaku pantas. Biasanya manusia akan berperilaku dengan cara yang masuk akal, dan memikirkan dampak dari tindakannya sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku tersebut.

Literasi keuangan diartikan sebagai kemampuan mengelola keuangan agar hidup lebih sejahtera di masa yang akan datang. Menurut Kaly et al. (2008) literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif (Huston, 2007). Itu mencerminkan bahwa dengan tingginya literasi keuangan pada seorang individu, maka akan mendorong seseorang untuk menerima atau menggunakan suatu teknologi seperti penggunaan e-money GoPay sebagai media pembayaran. Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesisi sebagai berikut.

H1 : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money GoPay di Kabupaten Buleleng

Persepsi kredibilitas diartikan sebagai penilaian konsumen tentang masalah privasi dan keamanan data saat menggunakan m-payment. Persepsi kredibilitas didefinisikan oleh Wang et al (2003) sebagai perilaku dimana seseorang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman yang akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap suatu sistem teknologi. Ini berkaitan dengan bagaimana konsumen merasa nyaman dan aman dalam menggunakan e-money GoPay. Jika konsumen merasa hal tersebut dapat terpenuhi maka tentunya akan muncul rasa puas seiring penggunaannya. Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesisi sebagai berikut.

H2 : Persepsi kredibilitas berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money GoPay di Kabupaten Buleleng.

Persepsi manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut (Davis 1989: 320). Persepsi manfaat juga diartikan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2019:933). Suatu produk uang elektronik dapat memberikan suatu persepsi atas manfaatnya apabila dapat mempermudah transaksi pembayaran, mempercepat transaksi pembayaran, memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi, memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran, dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan

transaksi pembayaran (Davis et al., 1989). Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H3 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money GoPay di Kabupaten Buleleng

### **Metode**

Penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil kuisisioner dengan menggunakan media google form yang beralamat kuisisioner diukur dengan skala likert. metode purposive sampling digunakan untuk mengambil sampel pada penelitian ini menentukan ukuran sampel pada penelitian ini sebesar 270 responden dengan menggunakan kriteria tertentu yaitu pengguna GoPay umur 15-29 tahun, pengguna GoPay yang berasal dari Kabupaten Buleleng dan pengguna GoPay yang masih aktif sampai sekarang. Dalam pengolahan data pada penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS versi 22.

### **Hasil Dan Pembahasan**

#### *Hasil*

Berdasarkan data yang diperoleh jawaban dari responden, dan dianalisis untuk mengetahui pengaruh dari literasi keuangan, persepsi kredibilitas, dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan e-money GoPay pada masa pandemi covid-19. Seluruh variabel pada penelitian ini diukur menggunakan kuisisioner yang terdiri pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

#### *Uji Statistik Deskriptif*

Hasil dari uji statistik, variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki skor minimum sebesar 5 dan maksimum sebesar 20. Rata-rata Literasi Keuangan berdasarkan hasil uji data kuisisioner yaitu 15,58. Untuk standar deviasi variabel ini yaitu 2.900. Variabel Persepsi Kredibilitas (X2) memiliki skor minimum sebesar 3 dan maksimum 22. Rata-rata Persepsi Kredibilitas berdasarkan hasil uji data kuisisioner yaitu 11.81. Untuk standar deviasi variabel ini yaitu 2.417. Variabel Persepsi Manfaat (X3) memiliki skor minimum sebesar 5 dan maksimum 25. Rata-rata Persepsi Manfaat berdasarkan hasil uji data kuisisioner yaitu 19.77. Untuk standar deviasi variabel ini yaitu 3.280. Variabel Minat Penggunaan (Y) memiliki skor minimum sebesar 3 dan maksimum 15. Rata-rata Minat Penggunaan berdasarkan hasil uji data kuisisioner yaitu 11.99. Untuk standar deviasi variabel ini yaitu 1.981.

#### *Uji Kualitas Data*

Uji kualitas data yang pertama yaitu uji validitas. Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada penelitian ini Item dikatakan valid apabila  $p\text{-value} < \alpha 0,05$  maka item instrument tersebut dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas pada tabel 4.4 disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1), Persepsi Kredibilitas (X2), Persepsi Manfaat (X3) dan Minat Penggunaan (Y) memiliki Sig. (2-tailed) sebesar  $0,000 < 0,05$  maka item pernyataan dari variabel terikat serta variabel bebas dapat dinyatakan valid.

Uji kualitas data yang kedua yaitu Uji Reliabilitas juga dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan nilai Alpha Cronbach yaitu suatu instrument dikatakan reliable, apabila nilai Alpha Cronbach  $> 0,60$  (Santoso, 2019). Dapat dijelaskan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) mempunyai Cronbach's Alpha  $0,815 > \text{nilai alpha standar } 0,60$ . Variabel Persepsi Kredibilitas (X2) mempunyai Cronbach's Alpha  $0,779 > \text{nilai alpha } 0,60$ . Variabel Persepsi Manfaat (X3) mempunyai Cronbach's Alpha  $0,797 > \text{nilai alpha } 0,60$ . Demikian pada variabel Minat Penggunaan (Y) mempunyai Cronbach's Alpha  $0,815 > \text{nilai alpha } 0,60$ . Oleh karena itu, seluruh variabel yang diajukan mempunyai hasil yang reliabel (handal) sebab mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih tinggi dari standar Alpha yaitu  $0,60$ .

### *Uji Asumsi Klasik*

Uji asumsi klasik yang pertama digunakan adalah uji normalitas. Model yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Ghozali, 2005). Uji normalitas dapat dilakukan dengan metode Kolmogorov Smirnov, dengan melihat signifikan pada 0,05. Jika nilai signifikan yang dihasilkan  $> 0,05$  maka data telah berdistribusi normal, tetapi jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka tidak berdistribusi dengan normal. Pada probability plot, hasil pengujian data berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah dan garis titik-titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas hal ini berarti bahwa model regresi tersebut berdistribusi normal. Pada metode Kolmogorov Smirnov, Asymp. Sig. (2-tailed) bernilai 0,234. Hal tersebut mengartikan jika data berdistribusi normal karena Asymp. Sig. (2-tailed)  $0,234 > 0,050$ .

Kedua, uji multikolinearitas. Dalam penelitian ini mendeteksi data atau tidaknya multikolinearitas dengan menganalisis matriks korelasi antara variabel independen data perhitungan nilai toleran dan VIP. Nilai Cutoff untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau sama dengan  $VIP \leq 0,10$  (Ghozali dalam Eva Purnama, 2018). Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Hasil uji multikolinearitas diatas dapat diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) nilai tolerance nya 0,401 dan nilai VIF nya 2,493. Variabel Persepsi Kredibilitas (X2) nilai tolerance nya 0,401 dan nilai VIF nya 2,491. Variabel Persepsi Manfaat (X3) nilai tolerance nya 0,533 dan nilai VIF nya 1,875.

Ketiga, uji heteroskedastisitas. Dikatakan heteroskedastisitas, apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas. Jika model regresi menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas maka model regresi dalam penelitian tidak dapat digunakan. Hasil Uji Heteroskedastisitas Melalui Glejser bahwa nilai signifikan dari setiap variabel terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Hal tersebut dikarenakan nilai signifikan dari variabel independen  $> 0,05$ . Berdasarkan Scatterplot, titik-titik yang menyebar secara acak diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan penelitian.

### *Uji Hipotesis*

Uji hipotesis pertama yaitu analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yaitu Literasi Keuangan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Manfaat dengan variabel terikat yaitu Minat Penggunaan E-Money Pada Masa Pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini analisis data menggunakan bantuan program SPSS For Windows versi 22. Konstanta (a) sebesar 0,994 memiliki arti variabel Literasi Keuangan (X1) Persepsi Kredibilitas (X2) dan Persepsi Manfaat (X3) nilainya (nol) maka variabel minat penggunaan nilainya sebesar 0,994. Jadi, apabila tidak ada Literasi Keuangan Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Manfaat maka nilai Minat Penggunaan E-money GoPay sebesar 0.994 1 satuan. Koefisien regresi variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar 0,309 memiliki arti apabila variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar 1 satuan, maka variabel Minat Penggunaan E-money GoPay mengalami kenaikan sebesar 0.309 satuan. Koefisien regresi variabel Persepsi Kredibilitas (X2) sebesar 0,254 memiliki arti apabila variabel Persepsi Kredibilitas (X2) meningkat sebesar 1 satuan, maka variabel Minat Penggunaan E-Money GoPay mengalami kenaikan sebesar 0,254 satuan. Koefisien regresi variabel Persepsi Manfaat (X3) sebesar 0,161 memiliki arti variabel Persepsi Manfaat (X3) meningkat sebesar 1 satuan, maka variabel Minat Penggunaan E-Money GoPay mengalami kenaikan sebesar 0,161 satuan.

Uji Hipotesis kedua yaitu uji determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>). jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R<sup>2</sup> negatif, maka nilai adjusted R<sup>2</sup> dianggap bernilai 0. Secara matematis jika nilai R<sup>2</sup> = 1, maka adjusted R<sup>2</sup> = R<sup>2</sup> = 1, sedangkan jika nilai R<sup>2</sup> = 0, maka adjusted R<sup>2</sup> =  $(1-k)(n-k)$ . jika  $k > 1$ , maka adjusted R<sup>2</sup> akan bernilai positif.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916a	.838	.837	.801

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: totally

Berdasarkan tabel 1 di atas, maka dapat diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,837 atau 83,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Literasi Keuangan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan E-Money GoPay pada masa pandemi covid-19 sebesar 83,7%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 16,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji hipotesis ketiga yaitu uji statistik F. Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	885.281	3	295.094	459.951	.000a
	Residual	170.659	266	.642		
	Total	1055.941	269			

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: totally

Berdasarkan Tabel 2 di atas, maka dapat diperoleh nilai F sebesar 459.951 dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikansi atau p-value 0,000 kurang dari  $H_1 = 0,05$ . Hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak yang berarti ada pengaruh signifikan secara simultan literasi keuangan, persepsi kredibilitas dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan e-money pada masa pandemi covid-19.

Uji hipotesis keempat yaitu uji statistik t. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% (0,005). Dengan demikian, apabila nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel dependen dan variabel independen. Dan sebaliknya jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel dependen dan variabel independen.

Berdasarkan Tabel 3 maka dapat diperoleh nilai t sebesar 11.612 dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikansi atau p-value 0,000 kurang dari  $H_1 = 0,05$ . Hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh signifikan variabel literasi keuangan terhadap minat penggunaan pada masyarakat di Kabupaten Buleleng. Nilai t sebesar 7.958 untuk variabel persepsi kredibilitas dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikansi atau p-value 0,000. Kurang dari  $H_1 = 0,05$ . Hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh signifikan variabel persepsi kredibilitas terhadap minat penggunaan pada masyarakat di Kabupaten Buleleng. Demikian pula, Nilai t sebesar 7.895 untuk variabel persepsi manfaat dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikansi atau p-value 0,000. Kurang dari  $H_1 = 0,05$ . Hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh signifikan variabel persepsi manfaat terhadap minat penggunaan pada masyarakat di Kabupaten Buleleng.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
1 (Constant)	.994	.314		3.164	.002
TotalX1	.309	.027	.452	11.612	.000
TotalX2	.254	.032	.310	7.958	.000
TotalX3	.161	.020	.267	7.895	.000

a. Dependent Variable: totally

### *Pembahasan*

#### *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan E-Money GoPay Pada Masa Pandemi Covid-19*

Teori TPB (Theory of Planned Behavior) yang diungkapkan oleh Ajzen (1991), dikemukakan bahwa sikap dan kepercayaan seseorang dapat mempengaruhi perilaku seorang individu dalam menerima atau menolak suatu keputusan. Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia biasanya akan berperilaku pantas. Biasanya manusia akan berperilaku dengan cara yang masuk akal, dan memikirkan dampak dari tindakannya sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku tersebut. Pada variabel Literasi Keuangan dalam Theory of Planned Behaviour (TPB) literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku. Orton (2007) menyatakan bahwa literasi keuangan menjadi hal yang tidak terpisahkan dalam kehidupan seseorang karena literasi keuangan merupakan alat yang berguna untuk membuat keputusan keuangan yang terinformasi, namun dari pengalaman berbagai Negara menunjukkan relatif kurang tinggi. Pengetahuan keuangan yang rendah, akan menyebabkan rencana keuangan yang salah dan menyebabkan juga bias dalam pencapaian. Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan untuk mengelola keuangan. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif. Maka dari itu, dengan pengetahuan literasi keuangan yang tinggi mampu mempengaruhi minat penggunaan e-money.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dinyatakan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money GoPay masa pandemi covid-19. Hasil penelitian ini di dukung oleh teori Berdasarkan teori literasi keuangan, Hilgert, et al (2003) dalam Mendel (2009) menyatakan bahwa orang yang memiliki pengetahuan literasi keuangan yang tinggi kecenderungan memiliki pengaruh mengenai perilaku keuangan seseorang, baik itu bijaksana ataupun buruk terhadap perilaku keuangannya. Itu mencerminkan bahwa dengan tingginya literasi keuangan pada seorang individu, maka akan mendorong seseorang untuk menerima atau menggunakan suatu teknologi. Menurut Giriani (2021) Apabila seseorang dapat mengelola keuangannya maka akan terbebas dari masalah keuangan. Masalah keuangan yang dimaksud seperti tagihan hutang menumpuk, tidak dapat membedakan kebutuhan dan keinginan, tidak memiliki tabungan. Penjelasan tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Awalina, (2019) mengatakan literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan elektronik money.

#### *Pengaruh Persepsi Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan E-Money GoPay Pada Masa Pandemi Covid-19*

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan Teori ini memberikan suatu kerangka untuk mempelajari sikap seseorang terhadap perilakunya. Penentu terpenting dalam perilaku seseorang yaitu intensi untuk berperilaku. Teori yang diungkapkan oleh Ajzen (1991), dikemukakan bahwa sikap dan kepercayaan seseorang dapat mempengaruhi perilaku

seorang individu dalam menerima atau menolak suatu keputusan. Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia biasanya akan berperilaku pantas. Biasanya manusia akan berperilaku dengan cara yang masuk akal, dan memikirkan dampak dari tindakannya sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku tersebut.

Variabel Persepsi kredibilitas diartikan sebagai penilaian konsumen tentang masalah privasi dan keamanan data saat menggunakan m-payment. Persepsi kredibilitas juga diartikan sebagai perilaku dimana seseorang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman yang akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap suatu sistem teknologi. Dalam Theory of Planned Behaviour (TPB) yang diungkapkan oleh Ajzen, dikemukakan bahwa sikap dan kepercayaan seseorang dapat mempengaruhi perilaku seorang individu dalam menerima atau menolak suatu keputusan. Dalam teori ini apabila seseorang percaya bahwa sebuah sistem/aplikasi keuangan dapat membantu masyarakat dalam segala hal yang dibutuhkan, maka masyarakat akan merasa sistem tersebut dapat diandalkan. Ini juga berkaitan dengan bagaimana konsumen merasa nyaman dan aman dalam menggunakan e-money GoPay. Jika konsumen merasa hal tersebut dapat terpenuhi maka tentunya akan muncul rasa puas seiring minat penggunaannya.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dinyatakan bahwa variabel Persepsi Kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money GoPay masa pandemi covid-19. Hasil penelitian ini di dukung oleh teori yang diungkapkan oleh Ajzen (1991), dikemukakan bahwa sikap dan kepercayaan seseorang dapat mempengaruhi perilaku seorang individu dalam menerima atau menolak suatu keputusan. Apabila seseorang percaya bahwa sebuah sistem / aplikasi keuangan dapat membantu masyarakat dalam segala hal yang dibutuhkan dan dapat menjaga hal-hal yang dianggap penting, maka masyarakat akan merasa sistem tersebut dapat diandalkan (Fitriana dan Wingdes, 2017). Ini berkaitan dengan bagaimana konsumen merasa nyaman dan aman dalam menggunakan e-money GoPay. Jika konsumen merasa hal tersebut dapat terpenuhi maka tentunya akan muncul rasa puas seiring penggunaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Fitriana dan Wingdes (2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari variabel perceived credibility terhadap behavioral intention.

#### *Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money GoPay Pada Masa Pandemi Covid-19*

TAM (Technology Acceptance Model) adalah salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi informasi. Technology Acceptance Model menyatakan bahwa keinginan untuk menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh dua faktor penentu utama, yaitu Perspektif penggunaan (perceived usefulness) dan Perspektif kemudahan (perceived ease of use) Davis (1989). Persepsi Manfaat memberikan pengaruh dalam penggunaan suatu teknologi. Teori TAM memberikan asumsi bahwa persepsi manfaat dapat mempengaruhi individu dalam menerima suatu teknologi. Dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Teori TAM mempunyai tujuan memberikan penjelasan dan memperkirakan penerimaan pengguna terhadap sebuah teknologi. TAM juga menjelaskan bahwa hubungan sebab akibat perilaku, tujuan, serta kepercayaan.

Menurut Jogiyanto (2019:933) Persepsi Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Suatu produk uang elektronik dapat memberikan suatu persepsi atas manfaatnya apabila dapat mempermudah transaksi pembayaran, mempercepat transaksi pembayaran, memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi, memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran, dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran (Davis et al., 1989). Penelitian yang dilakukan oleh Aritonang dan Arisman (2017) dapat disimpulkan juga persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna GoPay.



## Simpulan Dan Saran

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Variabel literasi keuangan (X1) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money GoPay (Y). Hasil penelitian tersebut mendapatkan dukungan dari penelitian yang dilakukan Awalina (2019). Variabel persepsi kredibilitas (X2) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money GoPay (Y). Hasil penelitian tersebut mendapatkan dukungan dari penelitian yang dilakukan Fitriana dan Wingdes (2017). Variabel persepsi manfaat (X3) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money GoPay (Y). Hasil penelitian tersebut mendapatkan dukungan dari penelitian yang dilakukan Aritonang dan Arisman (2017).

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dan simpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat diberikan oleh pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Bagi mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan literasi keuangan yang tinggi itu mencerminkan bahwa dengan tingginya literasi keuangan pada seorang individu, maka akan mendorong seseorang untuk menerima atau menggunakan suatu teknologi. Dengan adanya pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan teknologi, maka akan memberikan pengaruh positif untuk masyarakat terhadap minat penggunaan e-money GoPay.

Bagi perusahaan penyedia layanan GoPay agar tetap meningkatkan kualitas dan keamanan maupun dampak negatif yang mungkin saja timbul dalam penggunaannya seperti modus penipuan dalam penggunaan teknologi seperti GoPay.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan variabel yang telah ada dalam penelitian ini dan menguji variabel yang baru terhadap minat penggunaan e-money GoPay. Peneliti selanjutnya tidak hanya berfokus pada masyarakat yang berumur 15-29 saja tetapi juga memperluas subjek penelitian.

## Daftar Pustaka

- Apriliana, Ratih Marisa. 2020. Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan GoPay : Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Skripsi. Tersedia pada : <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/23506> Diakses pada 5 Juli 2021.
- Aritonang, Lonardo. Arent. Yosua. dan Arisman, Anton. 2017. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan E-money (Studi Kasus Pada Pengguna GoPay). Jurusan Akuntansi STIE Multi Data Palembang.
- Ariantil, Baiq Fitri Dan Khoirunnisa Azzahra. 2020. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan: Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan. Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.9, No.2, November 2020. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang.
- Chen, H. & Volpe, R. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial services review*.
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*.Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Giriani, Aulia Puspa Dan Susanti. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Penggunaan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan*

- Ekonomi Akreditasi Nomor 21/E/Kpt/2018. Tersedia pada: <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/akuntansi/article/download/15921/21111/> Diakses 10 Juli 2021.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Cetakan VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huston, SJ. 2010. Measuring Financial Literacy. *J of Customer Affairs*, 44(2): 296-316.
- Kartika, Aprillya. 2018. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Larashati, Mamlukha Bintang. 2016. Pengaruh Inovasi Teknologi, Persepsi Kredibilitas Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan E-Money Bank Mandiri Di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ekonomi Perbanas. Skripsi*.
- Orton, L. 2007. Financial Literacy:” Lesson from International Experience. *CPRN Research Report September 2007*.
- Peraturan Bank Indonesia N0.18/40/PBI/2016.
- Perdinan, Chandra. 2020. Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan, Dan Perilaku Menabung Terhadap Penggunaan Layanan Keuangan GoPay Bagi Mahasiswa Usia 18-25 Tahun. *Fakultas Bisnis dan Ekonomika Univesitas, Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi. Tersedia pada : <http://e-journal.uajy.ac.id/23006/> Diakses 10 Juli 2021*.
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017), Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Minat Menggunakan T-Cash di Kota Semarang, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 26, No. 1, hlm. 76-88.
- Rifai, Veithzal dkk. 2001. *Bank dan Financial Institution Management*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia.
- Undang-undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan.
- Wibowo, Muhammad Adi Dan Sri Suryoko. 2019. Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan GoPay Di Kota Jakarta. Vol 8, No 1 (2019): *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Tersedia pada: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/22704> Diakses pada 10 Juli 2021.

Wiyono, Gendro. 2011. Merancang Penelitian Bisnis dengan analisis SPSS 17.00 & SmartPLS 2.0. Yogyakarta: STIM YKPN

Zahriyan, Mochammad Zakki. 2016. *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Terhadap Uang Pada Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga*. Undergraduate thesis, STIE Perbanas Surabaya.

Zakiyyah, Afiifah. 2020. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan GoPay. Skripsi. Tersedia pada: <https://dspace.uui.ac.id/123456789/28753> Diakses 10 Juli 2021