

## Pengaruh *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money* di Samastra Coffee Kota Klungkung

Ni Kadek Yumi Jayanti<sup>1</sup>, M. Rudi Irwansyah<sup>2</sup>

Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Indonesia

e-mail: [yumi97jayanti@gmail.com](mailto:yumi97jayanti@gmail.com)<sup>1</sup>, [rudi.irwansyah@undiksha.ac.id](mailto:rudi.irwansyah@undiksha.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Riwayat Artikel  
Tanggal diajukan:  
12 Juli 2022

Tanggal diterima :  
15 Januari 2024

Tanggal  
dipublikasikan:  
25 April 2024

Riset ini bermaksud untuk diketahui: (1) pengaruh *subjective norm* terhadap pemakaian *e-money* di Samastra Coffee Kota Klungkung; (2) pengaruh *perceived benefit* terhadap pemakaian *e-money* di Samastra Coffee Kota Klungkung; serta (3) pengaruh simultan *subjective norm* serta *perceived benefit* terhadap pemakaian *e-money* di Samastra Coffee Kota Klungkung. Populasi dalam riset ini ialah seluruh consumer bertransaksi memakai *e-money* di Samastra Coffee di Jalan Srikandi II Semarang Kuning Klungkung berjumlah 90 orang. Teknik sampling dipakai ialah eksidental sampling. Metode pengumpulan data dipakai ialah wawancara serta kuisisioner. Analisis data dipakai pada riset ini ialah analisis regresi linier berganda. Hasil riset menyatakan bahwa (1) ada pengaruh parsial *subjective norm* terhadap pemakaian *e-money* di Samastra Coffee Kota Klungkung; (2) ada pengaruh *perceived benefit* terhadap pemakaian *e-money* di Samastra Coffee Kota Klungkung, serta (3) ada pengaruh secara simultan *subjective norm* serta *perceived benefit* terhadap pemakaian *e-money* di Samastra Coffee Kota Klungkung.

**Kata kunci:** *Subjective Norm; Perceived Benefit; E-Money*

### Abstract

*This research aims to find out: (1) the effect of subjective norms on the use of e-money at Samastra Coffee, Klungkung City; (2) the effect of perceived benefit on the use of e-money at Samastra Coffee, Klungkung City; and (3) the effect of simultaneous subjective norm and perceived benefit on the use of e-money at Samastra Coffee, Klungkung City. The population in this research is that all consumers transact using e-money at Samastra Coffee on Jalan Srikandi II Semarang Kuning Klungkung totaling 90 people. The sampling technique used is incidental sampling. Data collection methods used are interviews and questionnaires. The data analysis used in this research is multiple linear regression analysis. The results of the research state that (1) there is a partial effect of subjective norm on the use of e-money at Samastra Coffee, Klungkung City; (2) there is an effect of perceived benefit on the use of e-money at Samastra Coffee, Klungkung City, and (3) there is a simultaneous influence of subjective norm and perceived benefit on the use of e-money at Samastra Coffee, Klungkung City.*

**Keywords:** *Subjective Norm; Perceived Benefit; E-Money*

Pengutipan:  
Jayanti, N. K. Y.,  
& Irwansyah, M.  
R. (2024).  
Pengaruh  
Subjective Norm  
serta Perceived  
Benefit terhadap  
Pemakaian E-  
money di  
Samastra Coffee  
Kota Klungkung.  
*Jurnal Pendidikan  
Ekonomi  
Undiksha*, 16(1),  
19-25  
doi:  
10.23887/jjpe.v16i  
1.50010

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sekarang begitu pesat sudah membawa perubahan besar didalam kehidupan sehari-hari. Teknologi ialah sesuatu rancangan maupun desain dipeuntukan alat bantu tindakan menyusutkan ketidaksamaan dengan hubungan sebab akibatnya didalam mencapai suatu hasil diinginkan (Nana & Ahmad, 1989). Perkembangan teknologi sekarang sudah mengarah ke berbagai bisertag seperti budaya, ekonomi, pendidikan, pertahanan serta keamanan. Sekarang kemajuan teknologi juga didukung perkembangan teknologi di bisertag pemerintahan dalam didukung pemasukan anggaran. Salah satu contoh sudah berjalan ialah di bisertag jasa finansial yakni dengan memakai Layanan Finansial Digital (LKD).

Layanan Keuangan Digital (LKD) ialah kegiatan layanan jasa sistem pembayaran serta finansial dilangsungkan dilaluinya kerjasama dengan pihak ketiga serta memakai sarana serta komponen teknologi ibarat perangkat berbasis mobile ataupun berbasis web dalam rangka finansial inklusif (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19). Layanan keuangan Digital ini bermaksud untuk dikembangkan finansial inklusif pada masyarakat serta untuk didukung disalurkan serta pemerintah (G2P) dengan efektif serta diperlukan akses layanan sistem pembayaran serta finansial terbatas kepada masyarakat *unbanked*, dilakukannya tidak dilaluinya kantor fisik bank tetapi memakai sarana teknologi maupun jasa pihak ketiga.

Layanan Finansial Digital ini bermaksud untuk dikembangkan finansial inklusif pada masyarakat serta untuk didukung disalurkan serta pemerintah (G2P) dengan efektif serta diperlukan akses layanan sistem pembayaran serta finansial terbatas kepada masyarakat *unbanked*, dilakukannya tidak dilaluinya kantor fisik bank tetapi memakai sarana teknologi maupun jasa pihak ketiga.

Layanan Finansial Digital dipandang terpenting dikarenakan wilayah Indonesia

sendiri sangat luas dengan jumlah penduduk banyak namun akses terhadap perbankan kebanyakan terletak di pusat kota maka dengan LKD diinginkan perbankan bisa diperoleh seluas-luasnya tidak hanya di pedesaan tetapi di seluruh pelosok. Layanan Finansial Digital bertujuan diantaranya diberikan layanan finansial ke suatu area selama ini tidak terjangkau. Untuk dijangkaunya, yakni dilaluinya jaringan telekomunikasi telepon seluler. Salah satu Layanan Finansial Digital ialah dengan asertaya *e-money* maupun uang elektronik. Dalam era perekonomian semakin dituntut efisiensi serta efektivitas sistem perekonomian serta perbankan kini, pemerintah semakin didorong masyarakatnya untuk berpindah memakai *e-money* serta uang elektronik.

*E-money* ialah suatu konsep daya tukar finansial berbasis profesional dimana masyarakat akan lebih mudah dalam memakai jasa finansial (Hidayati dkk, 2018). Pemakaian *e-money* ialah langkah awal untuk menggerakkan sistem pembayaran non tunai. Dengan asertaya penerapan sistem informasi *e-money*, diharapkan ini bisa mengubah manajemen tata kelola finansial awalnya konvensional dijadikan manajemen modern setiap aktivitasnya tidak lagi mengharuskan pembukuan secara manual serta meminimalisir kecurangan dalam penerimaan dari transaksi finansial.

*E-money* ialah salah satu produk dari sistem pembayaran nontunai beberapa tahun belakangan ini sesertag gencar dipublikasikan pada masyarakat Indonesia, dikarenakan pengembangan produk *e-money* menunjukkan asertaya potensi cukup besar untuk menyusutkan tingkat pertumbuhan *cash*, khususnya untuk pembayaran bersifat mikro sampai dengan retail (Hidayati dkk, 2018). Terbisa beberapa faktor dipengaruhi pemakaian *e-money* yakni *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit*. *Subjective Norm* ialah norma subyektif dibentuk sebagai kepercayaan normatif individu menimpa rujukan tertentu diboboti oleh motivasi untuk menuruti rujukan tersebut. Norma subyektif memiliki akibatnya besar pada

niat berperilaku. Menurut Taylor & Todd dalam Anjelina 2018 konstruks norma subyektik dibentuk dari mulut ke mulut, ketika consumer meninjau untuk diadopsi suatu teknologi Selain *Subjective Norm* terbiasa pula *Perceived benefit*. *Perceived benefit* (persepsi profitmaupun manfaat) ialah keyakinan seseorang atas profitmaupun manfaat akan didapatkan dari hasil dilakukan perilaku tertentu. Ada dua tipe utama *perceived benefit*, yakni profitlangsung serta tidak langsung. Profitlangsung profit pada manfaat langsung serta nyata bahwa pengguna akan dinikmati pemakaian teknologi informasi tertentu. Sesertagkan profittak langsung ialah manfaat kurang nyata serta sulit untuk diukur (Ming-Chi. 2009).

Meskipun kepercayaan masyarakat terhadap pemakaian *e-money* dianggap menguntungkan serta bantuan pemerintah sudah didukung serta berusaha untuk peningkatan minat pemakaian uang elektronik maupun *e-money*, kenyataannya minat memakai *e-money* masih rendah untuk sekarang masyarakat belum bisa menerima perubahan sistem finansial, masyarakat masih terbiasa dengan asertaya finansial konvensional. Selain itu masyarakat juga belum memahami cara memakai uang elektronik (*e-money*).

Pemakaian *e-money* tentunya sangat ramai dipergunakan oleh anak muda sangat terampil terutama dikalangan bisnis salah satu bisnis terkenal ialah *Samastra Coffee* di Kota Klungkung. *Samastra Coffee* ini ialahbisnis sangat diminati serta mengikuti perkembangan hidup masyarakat. Rata-rata *Samastra Coffee* menyediakan pembayaran memakai *e-money*. *Samastra Coffee* dipilih sebagai tempat riset dikarenakan memiliki omset, tingkat kunjungan hingga pemakaian *e-money* tinggi. Tetapi permasalahan muncul ialah minat terhadap pemakaian *e-money* masih rendah dikalangan orang tua.

Selain minat terhadap pemakaian *e-money* masih rendah, kepercayaan masyarakat untuk diadopsi teknologi terbaru masih sangat tipis hal ini didukung dengan hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh

peneliti berpusat di *Samastra Coffee* Jln. Srikandi II, Semarang Kuning Kota Klungkung dengan nama responden I Ketut Adi Putra 23<sup>th</sup> dengan pekerjaan sebagai kasir di *Samastra Coffee* diberikan informasi bahwa terbiasa beberapa consumer memakai *e-money* dalam bentuk aplikasi ovo guna dilakukan transaksi tetapi ketika dilakukan transaksi pelanggan terlihat kurang percaya terhadap efektivitas aplikasi tersebut maka dari itu dalam bertransaksi mereka lebih menganggap membayar dengan uang *cash* lebih mudah. Sejalan dengan penbisa Wayan Agus Adi Putra 27<sup>th</sup> berpenbisa bahwa dominan masyarakat dijadikan pelanggan di *Samastra Coffee* tidak meyakini manfaat *e-money* dalam bentuk aplikasi ovo bahkan tidak jarang terbiasa pelanggan berpenbisa bahwa memakai uang *cash* lebih menjamin jika dilihat dari segi keamanan. Asumsi ini didukung oleh penbisa Kadek Ayu Sintiadewi berpenbisa bahwa terbiasa beberapa consumer memakai *e-money* dalam bentuk aplikasi ovo guna dilakukan transaksi tetapi ia melihat dijadikan suatu permasalahan ialah mereka memiliki aplikasi tersebut tetapi tidak memahami secara lebih mendetail mengenai manfaat serta tujuan pemakaian aplikasi tersebut, tidak jarang dari mereka bertanya terhadap kasir mengenai bagaimana cara pemakaian *e-money* selain itu terbiasa beberapa pelanggan sudah menggunakan *e-money* dalam bentuk aplikasi ovo serta sudah memahami manfaat serta tujuan aplikasi tersebut tetapi enggan untuk memakai dikarenakan lebih percaya diri memakai uang *cash*.

Sehingga dalam upaya peningkatan minat memakai *e-money* maka pihak pemerintah, perbankan serta perusahaan penerbit diperlukan diketahui beberapa faktor dipengaruhi pemakaian *e-money*. Didasarkan latar belakang sudah diuraikan di atas, maka peneliti membahas permasalahan tersebut dengan judul riset: "Pengaruh *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money* di *Samastra Coffee* Kota Klungkung".

## METODE RISET

Desain dalam riset ini ialah kausalitas artinya hubungan sebab akibatnya dipergunakan untuk menyelidiki ketampakannya hubungan sebab akibatnya dengan cara didasarkan pengamatan terhadap akibatnya ada serta mencari kembali faktor tampaknya dijadikan penyebab dilaluinya data tertentu. Riset ini dilangsungkan untuk meneliti peristiwa terjadi dengan menemukan beberapa faktor penyebab peristiwa maupun fenomena (Juliansyah dkk, 2016).

Dalam riset ini dijadikan populasi ialah seluruh consumer bertransaksi memakai *e-money* di Samastra Coffee di Jalan Srikandi II Semarang Kuning Klungkung. Teknik sampling ini dipakai eksidental sampling. Sehingga pada riset ini seluruh populasi dijadikan sampel yakni

sejumlah 90 consumer bertransaksi memakai *e-money* di Samastra Coffee di Jalan Srikandi II Semarang Kuning Klungkung. Metode Pengumpulan data dipergunakan ialah wawancara serta kuesioner. Teknik analisis data dipakai dalam riset ini ialah analisis regresi linier berganda terdiri dari Uji-T serta Uji-F.

## HASIL SERTA PEMBAHASAN

Dalam riset ini terdapat beberapa hasil riset akan ditampilkan dalam bentuk tabel. Pengujian hipotesis dilangsungkan dengan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari uji-T (untuk melihat pengaruh secara parsial) serta Uji-F (untuk melihat pengaruh secara simultan).

### 1. Deskripsi Data

Sesudah pengumpulan data dilangsungkan maka deskripsi data hasil riset bisa diuraikan seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Statistik Deskripsi

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Subjective Norm	90	4,00	20,00	14,8222	3,73438
Perceived Benefit	90	10,00	30,00	21,8333	4,00351
E-Money	90	22,00	39,00	34,3333	3,60399
Valid N (Listwise)	90				

Sumber: Hasil Output SPSS 22.0 for windows

Didasarkan tabel 1 variabel *Subjective Norm* memiliki nilai minimumnya sebanyak 4, nilai maksimal sebanyak 20, rata-rata sebanyak 14,82 serta standar deviasinya sebanyak 3,73 berarti asertaya ketidaksamaan perolehan *Subjective Norm* diujikan pada perolehan rata-rata sebanyak 3,73 menunjukkan data bervariasi. Selanjutnya, variabel *Perceived Benefit* mempunyai perolehan minimum sebanyak 10, nilai maksimumnya sebanyak 30, rata-

rata sebanyak 21,83 serta standar deviasinya sebanyak 4,00 berarti asertaya ketidaksamaan perolehan *Perceived Benefit* diujikan dalam nilai rata-rata sebanyak 4,00 menunjukkan data bervariasi. Kemudian *e-money* memperoleh nilai minimal sebanyak 22, nilai maksimalnya sebanyak 39, rata-rata sebanyak 34,33 serta standar deviasinya sebanyak 3,60 berarti asertaya ketidaksamaan perolehan *e-money* diujikan dalam perolehan rata-rata

sebanyak 3,60 menunjukkan data bervariasi.

## 2. Pengaruh *Subjective Norm* Terhadap Pemakaian *E-Money* di *Samastra Coffee* Kota Klungkung

Pengaruh *Subjective Norm* terhadap Pemakaian *e-money* di *Samastra Coffee*

Kota Klungkung dianalisis memakai regresi uji t dengan bantuan *SPSS 22.0 for windows*. Didasarkan hasil analisis dilangsungkan diketahui bahwa ada Pengaruh diantara *Subjective Norm* terhadap Pemakaian *E-money* di *Samastra Coffee* Kota Klungkung secara parsial. Untuk memperjelas bisa dilihat pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Hasil uji t Pengaruh *Subjective Norm* terhadap Pemakaian *E-money* *Samastra Coffee* Kota Klungkung

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig
		B	Std. Error			
1	Constant	20,990	0,567		37,050	0,000
	<i>Subjective Norm</i>	0,900	0,037	0,933	24,281	0,000

Sumber: Hasil Output *SPSS 22.0 for windows*

Didasarkan tabel 2 diketahui nilai significant sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, sehingga bisa disimpulkan Pengaruh positive serta significant diantara *Subjective Norm* terhadap Pemakaian *E-money* di *Samastra Coffee* Kota Klungkung secara parsial.

## 3. Pengaruh *Perceived Benefit* Terhadap Pemakaian *E-Money* di *Samastra Coffee* Kota Klungkung

Tabel 3. Hasil uji t Pengaruh *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money* di *Samastra Coffee* Kota Klungkung

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig
		B	Std. Error			
1	Constant	15,829	0,718		22,050	0,000
	<i>Perceived Benefit</i>	0,848	0,032	0,941	26,202	0,000

Sumber: Hasil Output *SPSS 22.0 for windows*

Didasarkan tabel 3. diketahui nilai significant sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, sehingga bisa disimpulkan ada pengaruh positive serta significant *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money* di *Samastra Coffee* Kota Klungkung secara parsial.

## 4. Pengaruh *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit* Terhadap Pemakaian *E-Money* di *Samastra Coffee* Kota Klungkung

Untuk diketahui ada maupun tidaknya pengaruh *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money* di *Samastra Coffee* Kota Klungkung

dianalisis memakai regresi uji F. Didasarkan hasil analisis dilangsungkan diketahui bahwa ada pengaruh diantara *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit*

terhadap Pemakaian *E-money* di Samastra *Coffee* Kota Klungkung secara simultan. Untuk memperjelas bisa dilihat pada tabel 4. di bawah ini.

Tabel 4. Hasil uji F *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money* di Samastra *Coffee* Kota Klungkung

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1061,710	2	530,855	489,814	0,000 <sup>b</sup>
Residual	94,290	87	1,084		
Total	1156,000	89			

Sumber: Hasil Output SPSS 22.0 for windows

Didasarkan tabel 4 diketahui nilai significant sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, sehingga bisa disimpulkan ada pengaruh positive serta significant *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money* di Samastra *Coffee* Kota Klungkung secara simultan.

Didasarkan hasil riset maka diketahui bahwa ada pengaruh secara bersamaan diantara *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money* di Samastra *Coffee* Kota Klungkung. Ini mengindikasikan bahwa consumer akan memakai *e-money* apabila mereka menbisakan pengaruh dari orang lain mereka anggap penting dalam hidupnya. Mereka meyakini bahwa *e-money* memiliki manfaat dikarenakan orang terdekatnya sudah dijadikan pemakai sehingga mereka juga akan ikut didalamnya. Selain itu, consumer juga akan berminat untuk memakai *e-money* apabila dirasa bisa diberikan profit terhadap dirinya selama memakai. Hasil ini sejalan dengan hasil riset dilakukan oleh (Anjelina, 2018) menyatakan bahwa *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit* berpengaruh terhadap pemakaian *e-money*. Didasarkan hasil observasi terhadap pelanggan di Samastra *Coffee* Kota Klungkung menemukan bahwa sebagian besar pelanggan sudah memakai *e-money* dalam bertransaksi mereka merasa yakin atas manfaat

diperoleh sehingga sangat efektif serta efisien dalam bertransaksi. Transaksi memakai *e-money* bisa dilangsungkan kapan saja serta dimana saja sehingga mereka tidak diperlukan merasa khawatir apabila tidak membawa *cash*.

## SIMPULAN SERTA SARAN

Didasarkan hasil riset serta pembahasan sudah diuraikan diatas, maka bisa di Tarik kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Ada pengaruh positive serta significant diantara ada pengaruh diantara *Subjective Norm* terhadap Pemakaian *E-money* di Samastra *Coffee* Kota Klungkung. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai significant  $0,000 < 0,05$ .
- 2) Ada pengaruh positive serta significant diantara ada pengaruh diantara *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money* di Samastra *Coffee* Kota Klungkung. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai significant  $0,000 < 0,05$ .
- 3) Ada pengaruh positive serta significant diantara *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money* di Samastra *Coffee* Kota Klungkung. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai significant  $0,000 < 0,05$ . Besarnya Pengaruh *Subjective Norm* serta *Perceived Benefit* terhadap Pemakaian *E-money*

di Samastra Coffee Kota Klungkung sebesar 91,7% sesertagkan sisanya 8,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar riset ini.

*Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 47-62.

Noor, Juliansyah. 2016. Metodologi riset: *Skripsi, Tesis, Disertase, & Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenadamedia Group

Didasarkan kesimpulan riset diatas, maka terbisa beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada penerbit *e-money* diharapkan terus diberikan sosialisasi kepada masyarakat agar mereka bisa diketahui apa keunggulan mereka bisa dalam pemakaian *E-Money*. Berikan pemahaman jelas mengenai tata cara pemakaiannya.
2. Didasarkan temuan riset ini penbisaan serta pola konsumsi berpengaruh terhadap kesejahteraan keluarga nelayan sebesar 52,2%, serta sisanya 47,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa meneliti faktor-faktor dipengaruhi kesejahteraan keluarga nelayan dengan memakai variabel lain dari riset ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina, A. (2018). Persepsi Consumer Pada Pemakaian E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219–231.  
<https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Ahmad Rivai & Nana Sudjana. (2013). *Media Pengajaran (Pemakaian serta Pembuatannya)*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Lee, Ming-Chi. 2009. *Factors influencing the adoption of internet banking- An integration of TAM and TPB with perceived*. *Electronic Commerce Research and Applications*
- Lintangsari, N. N., Hidayati, N., Purnamasari, Y., Carolina, H., & Ramadhan, W. F. (2018). Analisis pengaruh instrumen pembayaran nontunai terhadap stabilitas sistem finansial di Indonesia. *Jurnal*