

# ANALISIS PENGGUNAAN ALAT PEMBAYARAN NON TUNAI DALAM MEWUJUDKAN LESS CASH SOCIETY DI LINGKUNGAN DOSEN PTKI PROPINSI RIAU

**JENITA**

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
E-mail: jenitadjasman@gmail.com

**NUR HASANAH**

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
E-mail: nurhasbustam@gmail.com

## **Abstract**

*This study aimed to determine the partial and simultaneous effect of promotional attractiveness, product knowledge, perceived benefits, and level of income by using non-cash payment instruments, as well as to determine the effect of using non-cash payment instruments in realizing non-cash transactions publicly. The population of this study was all lecturers in the PTKIN, and PTKIS Riau Province, totaling 954 people with a sample calculated based on the Issac & Michael formula. A sample of 211 respondents was obtained. The sampling method uses the Cluster Proportional Random Methode. And the data is analyzed by Path Analysis. The results showed that partially or simultaneously, the promotional attractiveness variable (X1), product knowledge (X2), perceived benefits (X3), and level of income (X4) had a positive and significant effect on the use of non-cash payment instruments (Y) with a variable contribution independent of the dependent variable of 73.37%. Other variables influence the remaining 26.63%. While the variable use of non-cash payment instruments (Y) has a positive and significant effect on the less cash society variable, with a contribution value of 47.61%, other factors outside this study influence the remaining 52.4%.*

*Keywords: Promotional attractiveness, product knowledge, perceived benefits, income level.*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari daya tarik promosi, pengetahuan produk, manfaat yang dirasakan, dan tingkat pendapatan dengan menggunakan alat pembayaran nontunai, serta untuk mengetahui pengaruh penggunaan alat pembayaran nontunai dalam merealisasikan alat pembayaran nontunai. transaksi tunai secara terbuka. Populasi penelitian ini adalah seluruh dosen di PTKIN, dan PTKIS Provinsi Riau yang berjumlah 954 orang dengan sampel dihitung berdasarkan rumus Issac & Michael. Didapatkan sampel sebanyak 211 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan Cluster Proportional Random Methode. Dan data dianalisis dengan Path Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan variabel daya tarik promosi (X1), pengetahuan produk (X2), manfaat yang dirasakan (X3), dan tingkat pendapatan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan alat pembayaran nontunai. (Y) dengan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 73,37%. Variabel lain mempengaruhi sisanya 26,63%. Sedangkan variabel penggunaan alat pembayaran nontunai (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel less cash society dengan nilai kontribusi sebesar 47,61%, faktor lain di luar penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 52,4%.

Kata kunci: Daya tarik promosi, pengetahuan akan produk, persepsi manfaat, tingkat pendapatan

## PENDAHULUAN

Sistim pembayaran yang ada di Indonesia sampai saat ini terus melakukan perubahan dan pembaruan seiring dengan adanya kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi akan merubah pembayaran yang selama ini didominasi oleh uang tunai (*cash*), yang nota bene uang kartal, secara perlahan akan digeser peranannya sebagai alat pembayaran dalam bentuk pembayaran non tunai seperti warkat, cek, giro yang sudah lama dikenal, atau dalam bentuk kartu kredit, kartu debit, ATM, kartu prabayar, kartu klub serta e-banking dan juga jenis kartu lain yang bisa digunakan sebagai alat pembayaran yang lebih efektif dan efisien serta aman. Oleh karena itu peran sektor perbankan pada umumnya masih sangat dominan dalam industri jasa pembayaran non tunai ini, yang mana pada akhirnya diharapkan akan mengarah pada terbentuknya budaya *less cash society*.

Bank Indonesia sebagai bank sentral juga memiliki tanggung jawab agar masyarakat luas dapat memperoleh jasa sistem pembayaran yang efisien, cepat, tepat dan aman. sebagaimana disebutkan dalam Undang-undang no. 23 tahun 1999 yang diubah menjadi Undang-undang no. 3 tahun 2004, bahwa salah satu tugas dari Bank Indonesia adalah mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran yang ada di Indonesia, baik yang mencakup sistem pembayaran tunai maupun non tunai.

Munculnya sistim pembayaran non tunai berbasis kartu dan elektronik (*e-payment*) menjadi penopang sebagian besar transaksi ekonomi di negara-negara maju, sehingga turut memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Hal ini dibuktikan dengan data Laporan dari the Royal Bank of Scotland (RBS) dan Capgemini, mengatakan volume transaksi non tunai terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun hingga mencapai 334,3 milyar transaksi di tahun 2012 dan angka tersebut dipastikan akan terus meningkat. Kelompok Negara Berkembang yang terdiri dari Central Europe, Middle East, and Africa (CEMEA) dan Asia memimpin pertumbuhan dengan kontribusi sebesar 23,8% dan 22,8%. Pertumbuhan ini kebanyakan ditopang oleh APMK dan sisanya melalui metode debit langsung (*direct debits*), pemindahan akad kredit (*credit transfer*) dan cek.

Dibanding dengan negara-negara lain, transaksi non tunai di Indonesia masih tergolong dalam tahap permulaan (*inception*) namun telah cukup nyata menunjukkan peningkatan. Bank Indonesia mencatat volume transaksi melalui sistem non tunai telah mencapai 4,6 milyar transaksi pada tahun 2014 atau meningkat 16,3% dibandingkan tahun 2013 yang hanya sebesar

3,9 milyar transaksi. Peningkatan ini sebagian besar ditopang oleh APMK, yang mana volumenya mencapai 4,3 milyar atau sebesar 93,5% dari keseluruhan volume transaksi non tunai dan ini akan terus mengalami peningkatan seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia telah terjadi peningkatan kebutuhan akan suatu alat pembayaran non tunai yang lebih efisien dan cepat.

Perkembangan transaksi pembayaran ini menunjukkan kemajuan yang sangat signifikan dan ini menunjukkan kebutuhan masyarakat untuk tertarik menggunakan alat pembayaran non tunai. Seperti yang dikemukakan Warjiyo dalam Ikaputra, bahwa ketertarikan masyarakat dalam menggunakan sistem pembayaran non tunai antara lain dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: tingkat kepuasan konsumen yang semakin bertambah dengan berkurangnya biaya transaksi, adanya sumber pendapatan bagi penyedia jasa pembayaran non tunai, peningkatan kecepatan transaksi, pertumbuhan ekonomi, dan tingkat kesejahteraan. Namun di sisi lain penggunaan sarana pembayaran elektronik ini dapat meningkatkan risiko *default* terutama pada instrumen kartu kredit dan kartu pasca bayar, yang akhirnya akan terjadi risiko sistemik dalam penyelesaian pembayaran antar bank, risiko teknologi informasi yang dapat menimbulkan kekeliruan maupun kecurangan dalam proses penyelesaian transaksi, dan peningkatan risiko instabilitas sistem keuangan.

Penelitian yang dilakukan (Helmi & Mubarok, 2012) di Kalimantan Selatan, untuk mengidentifikasi persepsi, preferensi dan perilaku masyarakat dalam penggunaan instrumen pembayaran non tunai menuju *less cash society*. Asumsi persepsi masyarakat dalam penelitian ini lebih menekankan pada faktor gender, pendidikan, usia, pekerjaan dan pengeluaran. Sedangkan preferensi masyarakat terhadap sistem pembayaran non tunai dipengaruhi oleh faktor demografi, sosial dan ekonomi yang melekat pada masyarakat tersebut. Sementara unsur yang dinilai dalam perilaku adalah motivasi responden dalam menggunakan instrumen non tunai yang meliputi kemudahan, tidak repot membawa uang tunai, dan transaksi aman.

Penelitian Selanjutnya (Waspada, 2012), melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *e-money* di kalangan pengguna dan mengembangkan strategi percepatan adopsi *e-money* di kalangan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan adopsi *e-money* pengguna dipengaruhi oleh persepsi manfaat,

kemudahan bertransaksi, kecukupan informasi dan tingkat keamanan, dan privasi dan tingkat keamanan bertransaksi masih dirasakan sangat rendah.

Sementara itu untuk Propinsi Riau dengan jumlah penduduk tersebar merata di seluruh pedesaan dan perkotaan, menurut data laporan Bank Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat Riau masih dalam kategori *underbanked*, artinya Kebanyakan dari mereka masih belum memiliki akses ke sektor perbankan. Riau walaupun termasuk propinsi yang memiliki potensi sumber daya ekonomi yang cukup baik namun dalam penggunaan jasa keuangan perbankan masih dalam kategori rendah. Ini dapat menjadi indikasi bahwa pemerataan perekonomian di Riau masih belum merata dan pengetahuan mengenai jasa perbankan juga belum terserap di seluruh masyarakat wilayah Riau. Hal ini ditunjukkan dengan perkembangan APMK masih terbatas pada penggunaan kartu ATM, kartu kredit, dan kartu debit. Besarnya transaksi masyarakat yang menggunakan kartu kredit juga relatif sangat rendah dan umumnya hanya di kota-kota kabupaten dan/kotamadya.

Berdasarkan dari hal di atas maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan alat pembayaran non tunai dan bagaimana hal tersebut berdampak pada terciptanya *less cash society* di Indonesia, khususnya di kalangan dosen PTKI di propinsi Riau di propinsi Riau. Responden dipilih dengan alasan bahwa sebagian besar dari dosen tersebut berpenghasilan menengah ke atas dan penerimaan gaji mereka sebagian besar telah dilakukan langsung melalui rekening bank. Selain itu, dosen adalah kelompok akademisi yang diasumsikan dapat berpikir secara ilmiah, rasional dan teknologis dalam menggunakan APMK, yang pada akhirnya diharapkan akan dapat mempengaruhi kesadaran akan penting dan manfaat pembayaran non cash. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial ataupun simultan antara daya tarik promosi, pengetahuan akan produk, persepsi manfaat dan tingkat pendapatan dengan penggunaan alat pembayaran non tunai di kalangan dosen di propinsi Riau dalam mewujudkan *Less Cash Society*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Sistem Pembayaran

Dalam Undang-undang No. 23 tahun 1999 BI pasal 1 poin ke 6 dijelaskan bahwa:

“Sistem Pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemidahan dana guna

memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran harus dapat menjamin terlaksananya perpindahan uang masyarakat secara efisien dan aman sehingga dapat menjamin kenyamanan dalam melakukan setiap transaksi yang dilakukan dalam kegiatan ekonomi. Jadi bank Indonesia sebagai Bank sentral pada dasarnya memiliki kewajiban mengatur dan mengawasi sistem pembayaran yang berlangsung dalam kegiatan ekonomi masyarakat dengan mewujudkan sistem yang diinginkan oleh pelaku kegiatan ekonomi.”

Sistem pembayaran terdiri atas unsur-unsur sebagai berikut:

1. Politik/kebijaksanaan yang dianut, bersifat normatif, menerangkan mengenai tujuan dan manfaat yang diharapkan dapat dicapai/diperoleh dari sistem pembayaran.
2. Lembaga/organisasi yang terkait dalam sistem pembayaran.
3. Sistem hukum yang berlaku.
4. Alat-alat pembayaran yang lazim dan dinyatakan sah untuk dipergunakan.

Instrumen pembayaran dapat diklasifikasikan atas tunai dan non-tunai. Instrumen pembayaran tunai adalah uang kartal yang terdiri dari uang kertas dan uang logam yang sudah kita kenal selama ini. Uang kartal masih berperan penting dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam transaksi yang nilainya kecil. Sementara instrumen pembayaran non-tunai, dapat dibagi atas alat pembayaran non-tunai dengan media kertas atau disebut *paper-based instrument* seperti, cek, bilyet giro, wesel, BI-RTGS dan lain-lain yang mana biasanya transaksi pembayarannya dengan nilai besar, serta alat pembayaran non tunai dengan media kartu atau lazim disebut *card-based instrument* seperti kartu kredit, kartu debit, kartu ATM dan lain-lain.

Manfaat menggunakan alat pembayaran non tunai, 1) aman dan praktis, artinya ketika membawa alat pembayaran non tunai pasti lebih praktis dibanding uang tunai, disamping itu juga pasti lebih aman.2) nilai intrinsik uang tunai relatif lebih besar dari pada alat pembayaran non tunai, karena penggunaan non tunai akan menekan ongkos percetakan uang tunai dan menghemat biaya pengelolaannya.3) Mudah terintegrasi dengan sistem keuangan sehingga memudahkan juga dalam menghitung aktivitas ekonomi.4) meningkatkan sirkulasi uang dalam perekonomian (*velocity of money*) sehingga akan menstimulasi kegairahan dan pertumbuhan ekonomi sebagai dampak dari money multiplier yang diciptkannya.

## Minat

Menurut (Ajzen, 2011) dalam (Setyo dan Rosmauli, 2015) mengatakan minat adalah suatu keadaan yang terjadi pada individu yang meliputi hubungan antara individu itu sendiri dengan beberapa keputusan atau tindakan yang akan dilakukannya. (Syah, 2010), mengatakan bahwa minat (*interest*) adalah perasaan yang besar terhadap sesuatu yang diinginkan.

Minat seseorang dapat digambarkan dengan adanya kemauan atau dorongan yang muncul dari dalam diri seorang tersebut untuk memilih sesuatu yang diinginkan yang kemudian akan dilanjutkan dengan tindakan. Menurut (Nor, 2007) dalam (Pranidana, 2011) indikator dari variabel minat adalah sebagai berikut:

1. *Trust* atau kepercayaan merupakan keinginan dari seorang individu untuk mempercayai suatu hal, bahwa hal tersebut tidak bermasalah bagi dirinya.
2. *Relative advantage* merupakan persepsi pengguna bahwa inovasi pada kartu elektronik yang dimiliki dapat memberikan keuntungan bagi dirinya.
3. *Compatibility* yaitu dengan adanya inovasi pada kartu elektronik yang digunakan oleh pengguna sesuai dengan nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan potensial.
4. *Easy of use* yaitu dengan adanya kartu elektronik mudah untuk digunakan.

## *Less Cash Society*

*Less Cash Society* berarti gaya hidup masyarakat yang cenderung untuk melakukan transaksi keuangan sehari-hari secara non-tunai. Sedangkan menurut Bank Indonesia *Less-cash society* secara harafiah dapat diterjemahkan sebagai masyarakat yang semakin sedikit memanfaatkan uang tunai dalam transaksi sehari-hari (Bank Indonesia, 2014). Bank Indonesia sebagai bank sentral telah berupaya mengarahkan agar masyarakat semakin terbiasa bertransaksi tanpa uang tunai. Teknologi yang semakin berkembang telah memungkinkan proses transfer dana dapat dilakukan melalui berbagai medium, internet banking, phone banking, sms banking, ATM, kartu kredit, kartu debit, yang semuanya itu dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kenyamanan masyarakat. Semakin banyaknya pilihan dan pasar bertransaksi secara non tunai diharapkan mampu mendorong masyarakat untuk bertransaksi tanpa melibatkan uang tunai dan pada gilirannya akan terbiasa dengan kondisi tersebut, sehingga diharapkan akan terwujud masyarakat *less cash society*. Salah satu indikator *less cash*

*society* adalah masyarakat yang melakukan transaksi dengan lebih banyak mengandalkan instrumen pembayaran elektronik dibanding uang tunai.

Menurut (Dewi, 2012), saat ini Indonesia berada dalam *stage 1 - bulk transition* dalam menuju *electronic payment*, yang ditandai adanya beragam instrumen dan channel pembayaran, namun penggunaannya masih terbatas (Dewi, 2014). Lebih lanjut Susiati Dewi menjelaskan untuk menuju *stage 2* dan selanjutnya, terdapat empat fokus pengembangan dan perbaikan meliputi pengembangan infrastruktur, perluasan jangkauan, harmonisasi regulasi dan koordinasi antar otoritas, serta perubahan perilaku masyarakat. Upaya yang dilakukan pemerintah untuk mewujudkan era *less cash* tersebut sejalan dengan semangat untuk memberikan layanan keuangan yang inklusif kepada masyarakat.

Bank Indonesia menjelaskan bahwa keuangan inklusif adalah ketersediaan akses layanan keuangan dan produk perbankan ke masyarakat berpenghasilan rendah ataupun masyarakat yang tergolong dalam masyarakat yang belum dapat dijangkau oleh layanan perbankan baik dari sisi *supply* maupun *demand* karena adanya gap terkait produk, sarana, harga, hingga informasi layanan perbankan, atau yang lazim disebut masyarakat *unbanked*.

Selain dapat menyediakan layanan keuangan yang inklusif, *cashless society* juga dapat memberikan tata kelola yang baik dalam hal transaksi keuangan. Semua transaksi dan pembayaran dalam sebuah lingkungan akan diatur secara elektronis, menciptakan catatan yang permanen bagi pihak otoritas untuk menganalisa dan melacak bila diperlukan (thenewamarican.com). Keunggulan yang bisa diciptakan dari Era non tunai tersebut dapat menekan *Underground Economy*, yaitu masyarakat yang melakukan transaksi ekonomi tidak melalui *banking system* ataupun sistem pembayaran lain sehingga sulit dideteksi dan cenderung digunakan untuk transaksi ilegal.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini didisain dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data *cross section* dan analisa pengujian hipotesisnya dengan *path analysis* yang menyoroti pengaruh antara variable eksogen dengan variable endogen.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh dosen di lingkungan PTKIN dan PTKIS Propinsi Riau yang berjumlah 954 orang dengan mengambil sampel yang dikemukakan oleh Issac & michael dan tingkat keyakinan 5 %, Berdasarkan perhitungan maka sampelnya sebesar

211 orang. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan *Cluster Proportional Random Sampling Method*, dengan mengambil sampel berdasarkan wilayah dan kemudian dihitung berdasarkan proporsi dari jumlah masing-masing dosen pada PTKI yang ada di Riau, supaya menghasilkan sampel yang lebih akurat.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). yaitu untuk mengukur pola hubungan besarnya pengaruh beberapa variabel penyebab (eksogen) terhadap variabel akibat (endogen). Analisis jalur ini mengikuti pola struktural atau disebut model struktural (Kusnendi, 2005).

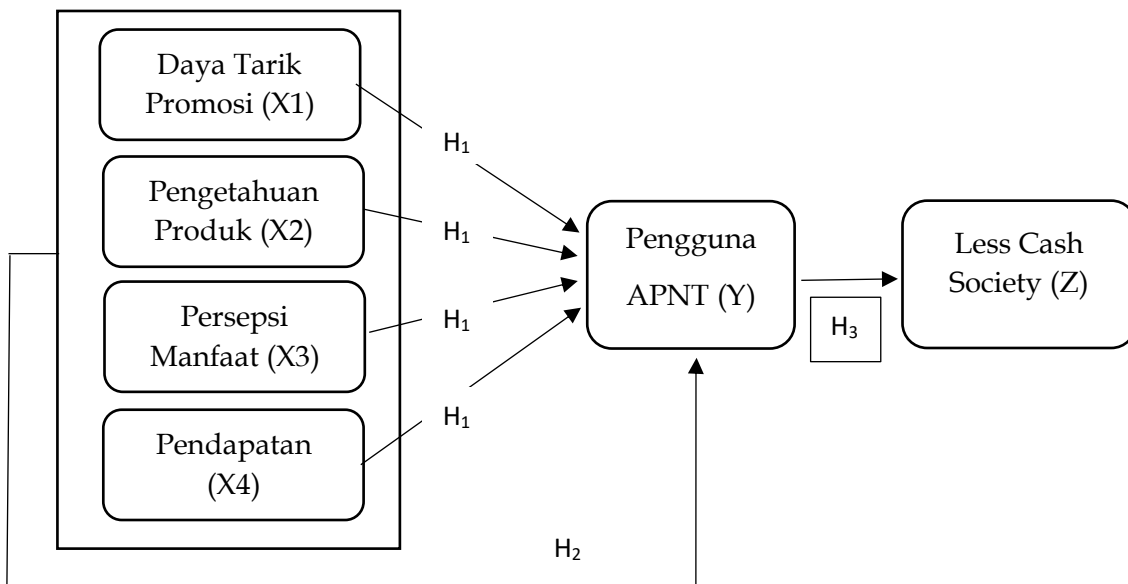
### **Kerangka Pemikiran**

Seiring dengan perkembangan teknologi dan juga meningkatnya kegiatan transaksi ekonomi masyarakat yang semakin kompleks, maka dibutuhkan alat pembayaran yang praktis, efektif dan efisien sehingga muncullah alat pembayaran non tunai seperti kartu kredit, kartu debit, kartu ATM, dan lain-lain, yang mana hal ini secara berangsur-angsur akan menggeser peran dari uang cash dan berubah menggunakan alat pembayaran non tunai, yang dalam jangka panjang diharapkan akan mewujudkan kondisi *less cash society* pada masyarakat Indonesia.

Faktor-faktor yang berpengaruh dalam penggunaan alat pembayaran non tunai adalah daya tarik promosi, pengetahuan akan produk, persepsi manfaat dan tingkat pendapatan. Selanjutnya penggunaan alat pembayaran non tunai akan berdampak pada *less cash society*, yaitu suatu keadaan masyarakat yang semakin sedikit menggunakan uang tunai.

Berdasarkan pada hal diatas maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah





Gambar 1. Kerangka Pemikiran

### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan perumusan diatas maka ditetapkan hipotesis dari penelitian ini adalah:

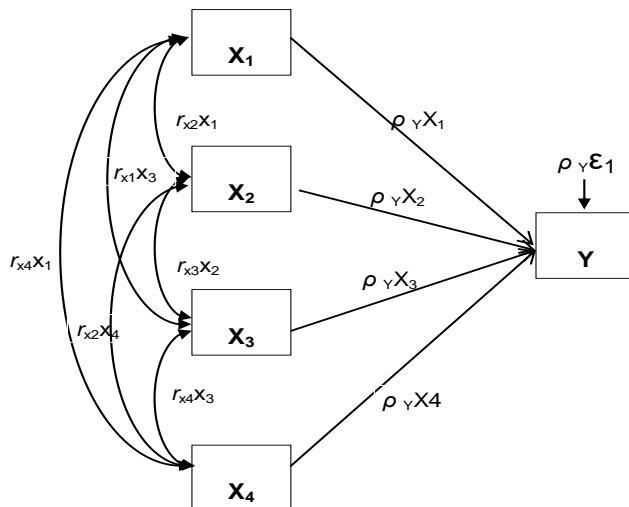
1. Terdapat pengaruh parsial antara daya tarik promosi, pengetahuan akan produk, persepsi manfaat dan pendapatan terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai.
2. Terdapat pengaruh simultan antara daya tarik promosi, pengetahuan akan produk, persepsi manfaat dan pendapatan terhadap minat penggunaan alat pembayaran non tunai.
3. Terdapat pengaruh minat penggunaan alat pembayaran non tunai terhadap lesscash society.

### HASIL & PEMBAHASAN

#### Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) artinya analisis yang menjelaskan hubungan antara variabel, dan menerangkan hubungan kausal antara variabel dengan melakukan transformasi data ordinal kedalam bentuk data interval dengan menggunakan statistik parametrik. Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa Daya Tarik Promosi, Pengetahuan akan Produk, Persepsi Manfaat dan Pendapatan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Alat Pembayaran Non Tunai serta berdampak terhadap

Less Cash Society, Pengujian penelitian dilakukan secara simultan dan secara parsial. Nilai koefisien masing-masing variabel dapat dilihat pada gambar Sub Struktur 1 berikut ini:



Nilai koefisien jalur tersebut, memperlihatkan besarnya nilai koefisien jalur dari variabel X1 terhadap variabel Y sebesar 0,351 ( $\rho_{YX1} = 0,351$ ), nilai koefisien jalur dari variable X2 terhadap variabel Y sebesar 0.265 ( $\rho_{YX2} = 0,265$ ), dan nilai koefisien jalur dari variable X3 terhadap variable Y sebesar 0.281( $\rho_{YX3} = 0,281$ ). Serta nilai koefisien jalur dari variabel X4 terhadap Y sebesar 0,169 ( $\rho_{YX4} = 0,169$ ).

Selanjutnya berdasarkan perhitungan diperoleh koefisien determinasi ( R2) sebesar 0,7334, artinya kontribusi pengaruh variabel X1, X2, X3 dan X4 terhadap variabel Y sebesar 73,34 % sedangkan sisanya sebesar 0,2666 atau 26,66% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Setelah itu dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang positif baik secara simultan maupun secara parsial dari variabel Daya tarik promosi, Pengetahuan akan produk, Persepsi Manfaat dan Pendapatan terhadap Minat menggunakan alat pembayaran non tunai.

### Pengujian Hipotesis Secara Simultan

$H_0: \rho_{YX_i} = 0$  : Tidak terdapat pengaruh Daya Tarik promosi, Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan APNT.

$H_a: \rho_{YX_i} \neq 0$  : Terdapat pengaruh Daya Tarik promosi, Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat serta Pendapatan terhadap Minat Menggunakan APNT.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan uji F diperoleh nilai F sebesar = 141,60 dan derajat bebas:  $V_1 = k = 4$  dan  $V_2 = 211 - 4 - 1 = 206$  dengan tingkat kepercayaan  $(\alpha) = 0.05$  diperoleh  $F_{(4;206;0.05)} = 2.65$ , karena nilai  $F_{hitung} = 141,60 > F_{(4;206;0.05)} = 2.65$  maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel daya tarik promosi, pengetahuan akan produk, persepsi manfaat dan pendapatan secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan APNT.

### **Pengujian Koefisien Jalur Secara Parsial**

#### **a. Uji Hipotesis X1**

$H_0 : \rho_{YX_1} = 0$  Tidak terdapat pengaruh Daya tarik promosi terhadap Minat Menggunakan APNT.

$H_a : \rho_{YX_1} \neq 0$  Terdapat pengaruh Daya tarik promosi terhadap Minat menggunakan APNT.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,760 dengan tingkat kepercayaan  $(\alpha) = 0.05$  diperoleh nilai  $t_{(210;0.05)} = 1,645$ , karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel Daya Tarik Promosi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan APNT ( $Y$ ).

#### **b. Uji Hipotesis X2**

$H_0 : \rho_{YX_2} = 0$  Tidak terdapat pengaruh Pengetahuan produk terhadap Minat menggunakan APNT.

$H_a : \rho_{YX_2} \neq 0$  Terdapat pengaruh Pengetahuan produk terhadap Minat menggunakan APNT.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,767 dengan tingkat kepercayaan  $(\alpha) = 0.05$  diperoleh nilai  $t_{(210;0.05)} = 1,645$ , karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel Pengetahuan produk ( $X_2$ ) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan APNT ( $Y$ ).

#### **c. Uji hipotesis X3**

$H_0 : \rho_{YX_3} = 0$  Tidak terdapat pengaruh Persepsi manfaat terhadap Minat menggunakan APNT.

$H_a : \rho_{YX_3} \neq 0$  Terdapat pengaruh Persepsi manfaat terhadap Minat menggunakan APNT.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,854 dengan tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) = 0.05 diperoleh nilai  $t_{(210;0.05)} = 1,645$ , karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel Persepsi manfaat ( $X_3$ ) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan APNT (Y).

d. Uji hipotesis  $X_4$

$H_0$  :  $\rho_{YX_4} = 0$  Tidak terdapat pengaruh Pendapatan terhadap Minat menggunakan APNT

$H_a$  :  $\rho_{YX_4} \neq 0$  Terdapat pengaruh Pendapatan terhadap Minat menggunakan APNT

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,507 dengan tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) = 0.05 diperoleh nilai  $t_{(210;0.05)} = 1,645$ , karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel Pendapatan ( $X_4$ ) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan APNT (Y).

**Pengaruh Langsung dan tidak langsung  $X_1$  terhadap Y**

a. Pengaruh langsung

Dari perhitungan diperoleh pengaruh langsung  $X_1$  terhadap Y sebesar 0,1232 atau 12,32%.

b. Pengaruh tidak langsung

Dari hasil perhitungan diperoleh sebagai berikut:

1. Pengaruh  $X_1$  terhadap Y melalui  $X_2 = 6,63$  %
2. Pengaruh  $X_1$  Terhadap Y melalui  $X_3 = 7,37$  %
3. Pengaruh  $X_1$  Terhadap Y melalui  $X_4 = 1,42$  %

Jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung variabel  $X_1$  terhadap variabel Y yaitu: 27,74%.

**Pengaruh Langsung dan tidak langsung ( $X_2$ ) terhadap (Y)**

Dari hasil perhitungan diperoleh sebagai berikut :

1. Pengaruh  $X_2$  terhadap Y = 7,02 %
2. Pengaruh  $X_2$  terhadap Y melalui  $X_1 = 6,63$  %
3. Pengaruh  $X_2$  Terhadap Y melalui  $X_3 = 5,21$  %
4. Pengaruh  $X_2$  Terhadap Y melalui  $X_4 = 0,30$  %

Jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung variabel  $X_2$  terhadap Y yaitu: 19,16 %.

**Pengaruh Langsung dan tidak langsung (X<sub>3</sub>) terhadap (Y)**

Dengan demikian interpretasinya adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh X<sub>3</sub> terhadap Y = 7,89 %
2. Pengaruh X<sub>3</sub> terhadap Y melalui X<sub>2</sub> = 5,21 %
3. Pengaruh X<sub>3</sub> Terhadap Y melalui X<sub>1</sub> = 7,37 %
4. Pengaruh X<sub>3</sub> Terhadap Y melalui X<sub>4</sub> = 0,71 %

Jumlah pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel X<sub>3</sub> terhadap Y adalah sebesar: 21,18 %.

**Pengaruh Langsung dan tidak langsung (X<sub>4</sub>) terhadap (Y)**

Dengan demikian interpretasinya adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh X<sub>4</sub> terhadap Y = 2,86 %
2. Pengaruh X<sub>4</sub> terhadap Y melalui X<sub>3</sub> = 0,71 %
3. Pengaruh X<sub>4</sub> Terhadap Y melalui X<sub>2</sub> = 0,30 %
4. Pengaruh X<sub>4</sub> Terhadap Y melalui X<sub>1</sub> = 1,42 %

Jumlah pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel X<sub>4</sub> terhadap Y adalah sebesar: 5,29 %.

Tabel dibawah ini merupakan rekapitulasi nilai koefisien jalur yang berasal dari variabel Daya tarik promosi (X<sub>1</sub>), Variabel Pengetahuan akan produk (X<sub>2</sub>) dan variabel Persepsi manfaat ( X<sub>3</sub>) serta variabel Pendapatan (X<sub>4</sub> ) terhadap Minat menggunakan APNT (Y) dan pengaruh variabel lain (ε) yang tidak diteliti dalam penelitian ini, adalah

**Tabel 1.** Rekapitulasi Nilai Koefisien Pengaruh X<sub>1</sub> X<sub>2</sub> X<sub>3</sub> X<sub>4</sub> Terhadap Y

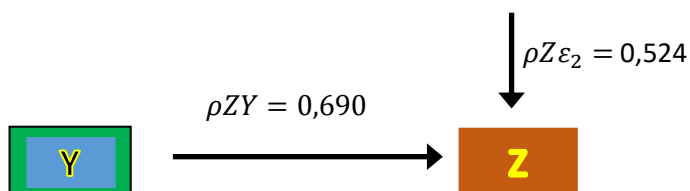
Variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh Tidak Langsung				Sub Total	Pengaruh Total
		X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>		
X <sub>1</sub>	12,32%	-	6,63%	7,37%	1,42%	15,42%	27,74%
X <sub>2</sub>	7,02%	6,63%	-	5,21%	0,30%	12,14%	19,16%
X <sub>3</sub>	7,89%	7,37%	5,21%	-	0,71%	13,29%	21,18%
X <sub>4</sub>	2.86%	1,42%	0,30%	0,71%	-	2,43%	5,29%
Pengaruh Variabel X <sub>1</sub> X <sub>2</sub> X <sub>3</sub> X <sub>4</sub> Terhadap Y							73,37%
Pengaruh Variabel Lain Terhadap Y							26,63%
Total Pengaruh							100%

Sumber: Data Olahan, 2017

Berdasarkan pengujian hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Daya tarik promosi, Pengetahuan akan Produk, Persepsi manfaat dan Pendapatan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Minat menggunakan alat pembayaran

non tunai, baik secara langsung maupun tidak langsung yaitu sebesar 73,37%, terbukti dari besarnya nilai  $F_{hitung}$  daripada nilai  $F_{tabel}$ . Sedangkan sisanya sebesar 26,63% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Gambar berikut menunjukkan gambar Sub Struktur 2 dari koefisien jalur:



**Gambar 1.** Koefisien Jalur pada Sub Struktur 2

Gambar di atas menunjukkan pengaruh minat menggunakan alat pembayaran non tunai (Y) terhadap Less Cash Society (Z). Nilai koefisien jalur diatas menunjukkan  $\rho_{ZY} = 0,690$ .

Selanjutnya menghitung koefisien determinasi sebesar 0,4761 artinya kontribusi pengaruh Y terhadap Z sebesar 47,61% sedangkan sisanya 52,39% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Pengujian hipotesis menyatakan bahwa:

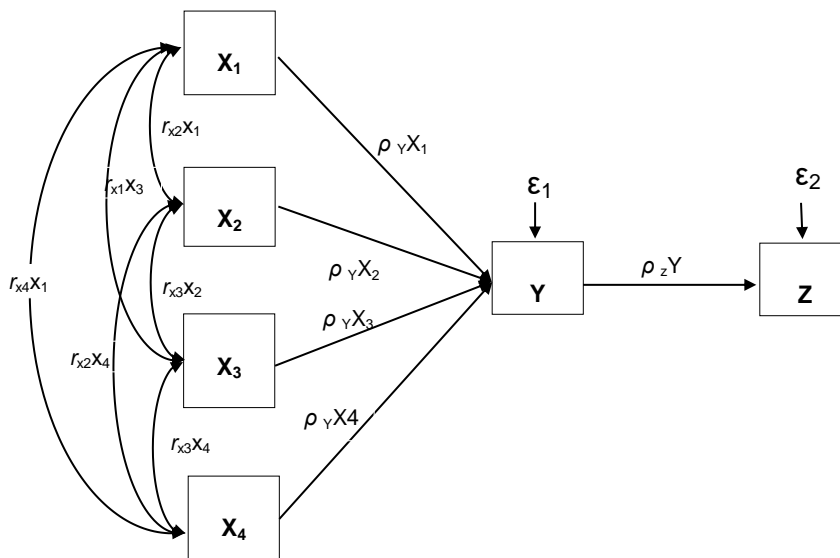
$H_0 : \rho_{YZ} = 0 \quad : \rho_{yz} = 0$  Tidak terdapat pengaruh Minat menggunakan APNT terhadap Less Cash Society.

$H_a : \rho_{YZ} \neq 0 \quad : \rho_{yz} \neq 0$  Terdapat pengaruh Minat menggunakan APNT terhadap Less Cash Society.

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 190,221, dengan derajat bebas :  $V_1 = k = 1$  dan  $V_2 = 211 - 1 - 1 = 209$  dan tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) = 0.05 diperoleh  $F_{(1,209;0.05)} = 3,89$ , karena nilai  $F_{hitung} > F_{(2,209;0.05)}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya Minat menggunakan APNT berpengaruh positif dan signifikan terhadap Less Cash Society.

Selanjutnya berdasarkan perhitungan uji t dengan tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) = 0.05 diperoleh nilai  $t_{hitung} = 13,792 > \text{nilai } t_{(210,0.05)} = 1,645$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya variable Minat menggunakan APNT (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Less Cash Society (Z). Sedangkan pengaruh langsung Minat menggunakan APNT terhadap Less Cash Society sebesar 47,6%.

Untuk lebih jelasnya pengaruh langsung maupun tidak langsung dari masing-masing variabel dapat dilihat pada gambar struktur koefisien jalur berikut ini:



Tabel 2. Rekapitulasi Nilai Koefisien  $X_1, X_2, X_3, X_4$  dan Y, Terhadap Z

Variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh Tidak Langsung				Sub Total	Pengaruh Total
		$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$		
$X_1$	12,32%	-	6,63%	7,37%	1,42%	15,42%	27,74%
$X_2$	7,02%	6,63%	-	5,21%	0,30%	12,14%	19,16%
$X_3$	7,89%	7,37%	5,21%	-	0,71%	13,29%	21,18%
$X_4$	2,86%	1,42%	0,30%	0,71%	-	2,43%	5,29%
Pengaruh Variabel $X_1 X_2 X_3 X_4$ Terhadap Y							73,37%
Variabel Y	Pengaruh ke Z						47,61%

Sumber: Data Olahan, 2017

Berdasarkan tabel di atas diperoleh pengaruh langsung variabel daya tarik promosi terhadap variabel minat menggunakan alat pembayaran non tunai sebesar 12,32%, pengaruh variabel pengetahuan akan produk terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai secara langsung sebesar 7,02%, dan pengaruh langsung variabel persepsi manfaat terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai adalah sebesar 7,89 %, serta pengaruh variabel pendapatan terhadap variabel minat menggunakan alat pembayaran non tunai secara langsung sebesar 2,86%. sedangkan pengaruh tidak langsung dari variabel daya tarik promosi terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai adalah sebesar 15,42%, dan pengaruh tidak langsung dari variabel pengetahuan akan produk terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai adalah sebesar 12,14%, dan pengaruh tidak langsung variabel persepsi manfaat terhadap variabel minat menggunakan alat pembayaran non tunai secara tidak langsung sebesar 13,29%, sedangkan pengaruh tidak langsung dari variabel pendapatan terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai adalah sebesar 2,43%. Dan jika

dilihat dari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung variabel daya tarik promosi terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai adalah sebesar 27,74%, pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung variabel pengetahuan akan produk terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai adalah sebesar 19,16%, dan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung variabel persepsi manfaat terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai adalah sebesar 21,18%, sedangkan pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung dari variabel pendapatan terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai adalah sebesar 5,29%, dari hasil pengujian hipotesis diatas secara keseluruhan variabel bebas yang terdiri dari variabel daya tarik promosi, pengetahuan akan produk dan persepsi manfaat, serta pendapatan terhadap variabel terikatnya minat menggunakan alat pembayaran non tunai adalah sebesar 73,37%.

Dari semua variabel bebas tersebut diatas dapat dilihat bahwa variabel bebas yang lebih dominan mempengaruhi variabel terikat adalah variabel daya tarik promosi, berarti dosen yang mengajar diperguruan tinggi PTKI baik negeri maupun swasta minat dalam menggunakan alat pembayaran non tunai sangat dipengaruhi oleh daya tarik promosi.

Sedangkan pengaruh dari minat menggunakan alat pembayaran non tunai terhadap less cash society adalah sebesar 47,61%. Berarti less cash society sangat ditentukan oleh minat menggunakan alat pembayaran non tunai yang lebih tinggi.

Jika dilihat secara umum berdasarkan konsep ataupun teori yang ada dalam variabel penelitian ini sangat sesuai dan relevan. dimana terbukti bahwa adanya pengaruh daya tarik promosi, pengetahuan akan produk, persepsi manfaat, dan pendapatan terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai serta dapat memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap less cash society pada dosen-dosen yang mengajar di perguruan tinggi negeri dan swasta di provinsi Riau.

## **SIMPULAN**

### **Kesimpulan**

1. Analisis pengaruh daya tarik promosi ( X1), pengetahuan akan produk (X2), persepsi manfaat (X#) dan tingkat pendapatan (X4) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap penggunaan alat pembayaran non tunai (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya yang  $< 0,05$ .



2. Analisis pengaruh daya tarik promosi ( X1), pengetahuan akan produk (X2), persepsi manfaat (X#) dan tingkat pendapatan (X4) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap penggunaan alat pembayaran non tunai (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya yang  $< 0,05$ .
3. Analisis pengaruh penggunaan alat pembayaran non tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap *less cash society*. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya  $< 0,05$ .

### **Saran**

1. Hendaknya Pemerintah membangun sarana dan prasarana yang berkaitan dengan penggunaan alat pembayaran non tunai di daerah-daerah seperti memperbanyak mesin ATM, sehingga akan memudahkan masyarakat dalam menggunakan alat pembayaran non tunai.
2. Untuk peneliti berikutnya hendaknya menggunakan variabel independent yang lain dan yang lebih banyak, sehingga akan diperoleh hasil yang mendekati kenyataan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adiyanti, Ika., & Arsita. (2015). Pengaruhi Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money . *Jurnal Ilmiah fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Agustina, Usfatul Ika. (2010). *Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan layanan internet banking (studi pada komunitas virtual E-Banking BCA)*, S1 Program Studi Manajemen.
- Annonymous. (2009). *Instrumen Pembayaran (Pengantar Sistem Pembayaran & Instrumen Pembayaran)*, Direktorat Akunting Dan Sistem Pembayaran Biro Pengembangan Sistem Pembayaran Nasional. Jakarta.
- Bendixen, Mike T. (1993). Advertising Effects and Effectiveness, *European Journal of Marketing*, Vol. 27, No. 10, pg. 19-32 .
- Bhatti, T. (2007). Exploring Factors Influencing the Adoption of Mobile Commerce. *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 12, No. 3.
- Boediono. (2002). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Davis, F.D. Bagozzi., & Warshaw, P.R. (1989). Acceptance of Computer Technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science* (online) Vol. 35 No. 8. Page 982. <http://home.hla.no./fwahld01/thesis/articles/Davis%20%et%201989>.
- Dewi, Susiati. (2014). *Pejabat Departemen Kebijakan dan Pengawasan Sistem Pembayaran Bank Indonesia, 2014*

- Fatmasari, Dewi., & Wulandari, Sri. (2016). Analisis faktor faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan APMK. *Jurnal Ilmiah*, Vol. 4, No. 1.
- Helmi, Rahman., & Mubarok, Zaki. (2012). *Analisis Faktor yang mempengaruhi masyarakat Kalimantan Selatan terhadap penggunaan pembayaran non tunai*.
- IAI. (2004). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Irham, Fahmi. (2010). *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2002). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kechnie, Jean L.Mc. (1979). *Webster's New Twentieth Century Dictionary*. Amerika: New World Dictionary.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems*, 44, 544-564.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip., & Lee, Nancy. (2009). *Up and Out of Poverty*. Wharton Publishing School.
- Lee, Ming-Ching. (2008). Factor Influencing The Adoption of Internet Banking: An Integration of TAM And TPB with Perceived Risk And Perceived Benefit. *Electronic Commerce Research Applications*.
- Lee, Ming-Ching. (2009). Predicting and Explaining the Adoption of Online Trading: An Empirical Study in Taiwan. *Decision Support System*. Vol. 47 pp (133-142).
- Loix, E.R.Pepermans., & Hove, L. Van. (2002). *Who's afraid of of the cashless society*, Belgian survey evidence. *Vrije Universiteit Brussels, Belgium*.
- Mahyu, Danil. (2013). Pengaruh pendapatan terhadap tingkat konsumsi pns kantor bupati Kabupaten Bireuen. *Jurnal ekonomika Universitas Almuslim Bireuen - Aceh*. Vol.6, No.7.
- Mc Carthy, Jerome E., Perreault, William D. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi kelima, alih Bahasa Agus Darma. Jakarta: Erlangga.
- Narwanti, Sri. (2011). *Pendidikan karakter*. Yogyakarta: Familia.
- Niswonger. (2006). *Prinsip Prinsip Akuntansi*. Edisi Kesembilan belas. Jakarta: Erlangga.
- OJK. (2013). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Nasional*.
- Park, C. W., & Lessig, V. P. (1981). Familiarity and Its Impact on Consumer Decision Biases and Heuristics. *Journal of Consumer Research* Vol. 8, issue 2,223-30.
- Pass, Christpoher., & Lowes, Bryan. (1994). *Kamus Lengkap Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Peraturan OJKRI 2016

- Peter, Paul. J and Olson, C. Jerry. (1999). *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Keempat. Jilid-1. Jakarta: Erlangga.
- Prabawalingga, I Gusti Ngurah Mayun., & Yadnyana, I Ketut. (201). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 5.10 (2016): 3359-3390.
- Roslina. (2009). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. X (2) 200-215.
- Siswanto, Sutojo. (1983). *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Sridawati. (2006). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Penggunaan Kartu Pembayaran Elektronik*. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Susilo, Sri Y dkk. (2000). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Salemba Empat.
- Taswan. (2010). *Manajemen Perbankan Konsep, Teknik, dan Aplikasi Edisi kedua*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Waspada, Ikaputera. (2012). *Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan*, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 16. No.1 Januari 2012.
- Wibowo, Arief. (2006). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Accpetance Model (TAM)*. Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur.
- Widodo, Tri., & Nirmala, Tiara. (2011) *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* Maret 2011, Hal. 36–45 Vol. 18, No. 1 ISSN: 1412 - 3126.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman., & Leonard L. Berry. (1990). *Delivering Quality Services*. New York: Free Press.