



---

## **PENGARUH *E-MONEY* TERHADAP MINAT BELI STUDI PADA MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

**Dhafi Syahputra Amarta<sup>1</sup>, Jonathan Bimantoro<sup>2</sup>, Vicky F. Sanjaya<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> UIN Raden Intan Lampung,

<sup>2</sup> UIN Raden Intan Lampung,

<sup>3</sup> UIN Raden Intan Lampung

**Email:** <sup>1</sup>[Dhafisyahputra16@gmail.com](mailto:Dhafisyahputra16@gmail.com), <sup>2</sup>[jonathanbimantoro@gmail.com](mailto:jonathanbimantoro@gmail.com), <sup>3</sup>[vicky@radenintan.ac.id](mailto:vicky@radenintan.ac.id)

### ***Abstract***

*At this time, there are many payment models that have been rife among the public, especially among students, which triggers the convenience and convenience, namely E-money. This study aims to find out how much influence on students on the use of E-Money. The method used in this study is the Quantitative approach. The sample used in this study was a collection using primary data. Primary data were obtained using questionnaires or questionnaires. The data analysis used in this study is a simple linear regression test, validity test, hypothesis. The results of the research conducted show that consumer behavior influences the decision to use e-money. E-money has a negative and significant effect on Buying Interest, with a P value of 0.000 more than 0.06.*

**Keywords:** *E-money, buying interest, student*

### **Abstrak**

*Pada saat ini banyak sekali model pembayaran yang sudah marak di kalangan masyarakat khususnya kalangan mahasiswa yang memicu pada kemudahan dan kenyamanan yaitu E-money. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pada mahasiswa terhadap penggunaan E-Money. Metode yang digunakan saktam penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian Ini adalah pengumpulan menggunakan data primer. Data primer diperoleh dengan menggunakan angket atau kuisisioner. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linier sederhana, uji validitas, hipotesis. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan e-money. E-money berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Beli, dengan nilai P value sebesar 0.000 lebih dari 0,06.*

**Kata kunci:** *E-money, minat beli, mahasiswa*



## A. PENDAHULUAN

Bisnis online atau sering disebut e-bisnis atau e-commerce, di Indonesia sangat berkembang pesat dibandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena berkembangnya teknologi internet di Indonesia dan ditambah dengan pengguna internet yang mengakses dari gadgetnya masing - masing. Karena perkembangan inilah yang membuat bisnis online ramai dilakukan di Indonesia. Dari yang menjual barang hingga jasa, mereka tawarkan di internet. (Binalay, A. G., Mandey, S. L., & Mintardjo, C. M., 2016)

Pada era globalisasi saat ini begitu banyak inovasi, sarana dan fasilitas yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam memasarkan atau menarik minat konsumen salah satunya adalah dengan memanfaatkan aplikasi online. (Aptaguna, A., & Pitaloka, E., 2016 )

Penggunaan teknologi modern sebagai pembayaran *non-cash*, baik secara domestik maupun secara internasional telah berkembang pesat disertai dengan berbagai inovasi yang mengarah pada penggunaanya yang semakin efisien, aman, cepat dan nyaman. Kemajuan teknologi merubah gaya hidup masyarakat dan cenderung konsumtif. Akibat kemajuan teknologi dan informasi yang begitu pesat banyak perubahan yang terjadi di bidang perekonomian, keamanan, budaya, pendidikan.

Tingginya jumlah uang beredar, maraknya kasus pemalsuan uang, serta besarnya biaya operasional yang dikeluarkan Bank Indonesia tiap tahunnya untuk mencetak, menyimpan, mendistribusikan, dan memusnahkan uang menjadi latar belakang Bank Indonesia selaku bank central Indonesia mencanangkan gerakan penggunaan instrumen non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonomi yang diberi nama dengan Gerakan Nasional Non Tunai. Munculnya e-money dilatar belakanginya oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *less cash society* di Indonesia.

Salah satu produk dari Gerakan Nasional Non Tunai adalah penggunaan uang elektronik seperti *E-money* yang dikeluarkan oleh Bank Mandiri, BRIZZI yang dikeluarkan oleh Bank BRI, dan BNI TapCash yang dikeluarkan oleh Bank BNI. Adanya alat-alat pembayaran non tunai tersebut, disebabkan tidak hanya dari segi inovasi sektor perbankan namun juga oleh



kebutuhan masyarakat yang memerlukan adanya alat pembayaran yang praktis yang dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Dengan adanya kemudahan transaksi tersebut penurunan biaya transaksi akan terdorong dan pada akhirnya dapat menstimulus pertumbuhan ekonomi. Gerakan ini disebut-sebut dapat menjadi solusi untuk mengantisipasi tingkat kriminalitas yang semakin tinggi dengan penggunaan uang tunai. Dengan beralih kepada transaksi *non-tunai*, kejahatan seperti pencucian uang, perampokan, pencurian dapat diminimalisir. Gerakan untuk beralih ke *non-tunai* ini juga dapat memperkecil tingkat peredaran uang di Indonesia. Pasalnya, peredaran uang yang tinggi akan mengakibatkan inflasi ekonomi di Indonesia.

*E-money* atau bisa disebut uang elektronik merupakan instrumen baru dalam sistem pembayaran dan lebih luasnya ialah uang yang bisa ditransfer secara elektronik (Popovska-Kamnar, 2014) dari pembeli kepada penjual. Penggunaan *e-money* berbeda dengan kartu kredit dan debit yang harus terhubung dengan rekening bank nasabah. Namun, *e-money* memiliki sistem berbeda, yaitu dengan sistem Prabayar. Nasabah harus melakukan deposit sejumlah nilai uang pada *e-money* yang akan direkam secara digital sehingga nasabah bisa melakukan pembayaran barang kapan pun dengan mudah. Seiring dengan perkembangan teknologi, *e-money* tidak perlu terhubung dengan rekening bank nasabah.

Menurut Viethsl Rifaai (2001:1367) uang elektronik yang dimaksud adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di Bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media elektronik tersebut x.

Menurut Peraturan Bank Indonesia NOMOR:11/12PBI/2009, Uang elektronik adalah pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut :

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip.



3. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
4. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Jenis uang elektronik berdasarkan tercatat atau tidaknya data identitas pemegang pada penerbit uang elektronik dibagi menjadi :

- a. Uang Elektronik Registerd, merupakan Uang elektronik yang data identitas pemegangnya tercatat/terdaftar pada penerbit uang elektronik. Dalam kaitan ini, penerbit harus menerapkan prinsip mengenal nasabah dalam menerbitkan uang elektronik yang tersimpan pada media chip atau server jenis registerd adalah Rp 5.000.000, 00 (lima juta Rupiah).
- b. Uang Elektronik Unregisterd, merupakan Uang Elektronik yang data identitasnya pemegang tidak tercatat/terdaftar pada penerbit Uang Elektronik. Batas maksimum Uang Elektronik yang tersimpan pada media chip atau server untuk jenis unregisterd adalah Rp 1.000.000, 00 (satu juta Rupiah).

Seiring dengan populernya *e-money* ini, masyarakat juga harus mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan *e-money* sebagai pengganti uang kas ini. Berikut beberapa hal yang harus diperhatikan. Ada beberapa kelebihan *e-money* dibanding uang fisik. Pertama, dapat melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang fisik. Kedua, dapat melakukan transaksi lebih cepat karena tinggal mengurangi nilai di *e-money* sesuai dengan nilai transaksi, tak perlu menghitung berlembar uang. Namun, ada juga kekurangan *e-money*. Pertama, belum semua transaksi bisa memakai *e-money* karena *e-money* baru bisa dipakai di merchant yang bekerja sama dengan penerbit. Kedua, risiko seluruh uang hilang ketika pengguna kehilangan kartu atau piranti yang dipakai menyimpan *e-money*.

Kelebihan lain *e-money* lainnya adalah waktu yang diperlukan menyelesaikan transaksi jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu debit, kartu kredit atau ATM. Sebab, pemakaian *e-money* tak memerlukan otorisasi *on-line*, tanda tangan atau memasukkan kode PIN. Dengan transaksi *off-line* biaya dapat dikurangi. Dan juga *electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer.



---

Perkembangan *e-money* bukan disebabkan oleh BI, namun disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mengendalikan pasar untuk menggunakan *e-money* tersebut.

*E-money* menjadi salah satu alternatif pembayaran dalam segmen mikro seperti: pembayaran tol atau tiket. *E-money* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Namun demikian, untuk mencapai itu *e-money* harus mengorbankan aspek lain, yaitu aspek keamanan. Dalam proses pembayaran sama sekali tidak ada proses otorisasi untuk meningkatkan risiko keamanan yang ditanggung oleh pihak pengguna/pemilik kartu. Proses pembayaran dilakukan dengan menempelkan kartu *e-money* pada alat scan yang disediakan, tanpa melalui proses otorisasi baik berupa PIN (*Personal Identification Number*) atau proses otorisasi transaksi lainnya. Apabila pengguna kehilangan kartu *e-money*, kartu tersebut dicuri, atau kejadian lain yang menyebabkan kepemilikan kartu beralih dari kita ke pihak orang lain, maka kartu tersebut tetap dapat dipergunakan oleh orang lain itu. Sehubungan dengan ini, pihak yang kehilangan kartu tidak dapat melakukan upaya lain untuk memperjuangkan haknya. Pemilik kartu tidak dapat melakukan blokir atas kartu *e-money* yang tercuri tersebut. Di samping itu telah dinyatakan dalam perjanjian pembuatan kartu *e-money* antara bank/Issuer dengan pengguna bahwa risiko kehilangan kartu merupakan risiko pengguna.

Kelemahan kedua dari sistem pembayaran *e-money* ini adalah isu interoperabilitasnya. Interoperabilitas adalah kapabilitas dari suatu produk atau sistem yang antar mukanya diungkapkan sepenuhnya untuk berinteraksi dan berfungsi dengan produk atau sistem lain, kini, atau di masa mendatang, tanpa batasan akses atau implementasi. Dengan demikian, jika dikaitkan dengan *e-money*, permasalahan interoperabilitas yang dihadapi adalah setiap instrument *e-money* yang dikeluarkan oleh salah satu penerbit tidak bisa digunakan untuk pembayaran di merchant penerbit lainnya. Contoh sederhananya adalah kartu *e-money* yang dikeluarkan oleh Bank BRI tidak bisa melakukan transaksi di *Flazz reader* milik BCA. Permasalahan seperti ini terjadi akibat tidak adanya standarisasi pada *microprocessor chip*, alat pembaca, aplikasi, dan/atau frekuensi radio yang dipergunakan untuk mentransmisi data moneter dari kartu *e-money* ke operator network pada setiap produk *e-money* yang ada di Indonesia saat ini.



Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uang elektronik banyak memiliki kelebihan, yaitu mudahnya dalam membawa tidak perlu banyak membawa uang fisik yang banyak memakan tempat menyimpan seperti dompet atau tas, kemudian tidak perlu ada sepeserpun uang yang hilang karena tidak adanya kembalian dari toko, bahkan kembalian ditukar dengan sebuah permen yang pada tahun 2012 muncul bahwa menukar kembalian dengan permen adalah tindakan illegal, sehingga jika uang kembalian kita kurang Rp25,- maka uang tersebut menjadi hak toko.

Selain itu kenyamanan uang elektronik dapat mengatur pengeluaran dan perkiraan untuk kebutuhan mendatang. Namun adanya kelebihan pasti diikuti oleh kelemahan, yaitu jika uang elektronik tersebut hilang maka uang yang ada dikartu tersebut karena tidak adanya sistem pengaman seperti PIN (*Personal Identification Number*) yang ada pada ATM, selain itu tidak semua transaksi dapat dilakukan karena kadang toko tersebut hanya memiliki merchant tertentu.

Menurut Lamb (2001) salah satu cara mengembangkan minat beli adalah melalui promosi yakni komunikasi yang menginformasikan kepada calon pembeli sebuah atau sesuatu pendapatan atau memperoleh suatu respon. Menurut Swasta dalam kristianto (2009) minat beli konsumen merupakan tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut. (Nasution, M. F. R., 2014)

Dari penjelasan mengenai minat beli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa minat beli merupakan suatu proses perencanaan pembelian suatu produk yang akan dilakukan oleh konsumen dengan mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya adalah banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode waktu tertentu, merek, dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut. (Meldarianda, R., Lisan, H., & Kristen, U, 2010)

Meskipun E-money sangat efisien tetapi masih banyak yang belum menggunakan layanan ini. Hal ini dapat dibuktikan bahwa masih banyak pengguna uang cash untuk membayar barang atau jasa yang ingin dimiliki dan juga menurunnya jumlah uang elektronik yang menurun pada tahun 2014. Masyarakat juga beranggapan bahwa uang elektronik sama



dengan kartu jenis lain seperti kartu debit atau kredit, padahal hal tersebut jelas berbeda, uang elektronik dapat digunakan tanpa menggunakan PIN atau identifikasi pribadi lainnya. Masyarakat pada umumnya lebih memilih bertransaksi secara manual karena beranggapan akan mengurangi resiko. Oleh karena itu pihak perbankan juga perlu mengkaji lebih lanjut kualitas pelayanan untuk menarik minat seseorang dalam menggunakan layanan emoney tersebut. (Syafira, S. R. , 2015)

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang penyajiannya datanya di dominasi dalam bentuk angka dan analisis data yang digunakan bersifat statistik yang digunakan untuk menguji hipotesa. Data kuantitatif terdiri dari *E-money* dan Minat Beli terhadap Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, serta penelitian terdahulu yang membuat informasi atau data—data yang berkaitan dengan penelitian berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

Pengumpulan data responden pada penelitian ini adalah kelompok dengan menggunakan google form disebarkan menggunakan media social whatsapp group. Penelitian ini juga menguji validitas, uji validitas selanjutnya terdapat convergent validity dengan melihat nilai faktor masing-masing dengan menggunakan indikator  $> 0,6$  sebagai batasan minimal dari nilai loading. Pengujian pada hipotesis langsung menggunakan regresi linier sederhana, dan pada pengujian nya untuk variabel langsung dengan menggunakan aplikasi regresi berganda linier yang mengandung unsur intraksi. Dalam penelitian ini menggunakan bantuan Microsoft Excel lalu dimasukan ke dalam aplikasi SmartPLS 3 untuk memperoleh data statistiknya.

## **C. HASIL DAN ANALISIS**

### **Hasil Uji Validitas Instrumen dan Reliabilitas**

Hasil uji validitas dan dapat dilihat dari faktor loading, yaitu nilai yang dimiliki setiap indikator, setiap indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai diatas 0,6. Hasil dari pengujian



faktor loading menyatakan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki nilai diatas 0,6 maka indikator tersebut dinyatakan valid.

Menurut Ghazali (2018:51) Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dengan kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$  maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Uji validitas persyaratan instrument digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu alat ukur yang digunakan dalam sebuah penelitian. Uji validitas ini peneliti terlebih dahulu melakukan penyebaran 15 data kuesioner responden. Dalam penelitian ini uji validitas instrument menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment. Dalam penelitian ini menggunakan  $\alpha = 5\%$  sehingga syarat minimum suatu instrumen dianggap valid adalah jika tingkat signifikansi dari r hitung lebih besar dari r tabel atau Sig lebih kecil dari Alpha (0,05) sehingga dapat diketahui apakah alat ukur yang digunakan layak atau tidak nya untuk digunakan untuk pengumpulan data kuesioner responden pada masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu; *e-money* (X), dan Minat Beli (Y). Berikut ini adalah hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

	<b>X1</b>	<b>Keterangan</b>
<b>X1.1</b>	<b>0.912</b>	<b>Valid</b>
<b>X1.2</b>	<b>0.947</b>	<b>Valid</b>
<b>X1.3</b>	<b>0.864</b>	<b>Valid</b>



<b>X1.4</b>	<b>0.843</b>	<b>Valid</b>
<b>Y1.2</b>	<b>0.872</b>	<b>Valid</b>
<b>Y1.3</b>	<b>0.908</b>	<b>Valid</b>
<b>Y1.4</b>	<b>0.938</b>	<b>Valid</b>

Average Variance Extracted (AVE) adalah nilai yang dimiliki oleh setiap variabel. AVE dikatakan valid jika nilainya diatas 0,5. Berikut hasil dari olah data AVE:

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner penelitian yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas juga digunakan untuk menguji konsistensi data yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu, yakni untuk mengetahui sejauh apa pengukuran yang digunakan dapat diandalkan atau dipercaya. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara One Shot (pengukuran sekali saja) yaitu pengukurannya dilakukan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Ghozali, 2018:45). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Cornbach Alpha ( $\alpha$ ) yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cornbach Alpha  $> 0,60$ , sedangkan untuk memudahkan perhitungan dalam uji reliabilitas ini di gunakan alat bantu komputer dengan program SmartPLS 3 (Ghozali, 2018:45).

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0.914	0.923	0.940	0.796
Y1	0.892	0.920	0.932	0.822



Hasil untuk pengujian AVE pada Variabel E-money Terhadap Minat Beli menunjukkan bahwa n Nilai dari AVE diatas 0,5 sehingga secara keseluruhan menunjukkan bahwa variable dalam penelitian ini terpenuhi. uji reabilitas yang diukur dengan menggunakan nilai dari compasite reability dikatakan reliable jika nilainya >0,70. Reabilitas konstruk diukur dengan mennggunakan nilai Crobach's Alpha, dikatakan reliable jika nilainya >0,70.

### HASIL HIPOTESIS

#### 1. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji signifikansi secara parsial atau uji-t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tak bebas (Widarjono, 2007). Pengujian terhadap masing-masing koefisien regresi parsial dengan menggunakan uji t apabila besarnya varians populasi tidak diketahui, sehingga pengujian hipotesisnya sangat ditentukan oleh nilai-nilai statistiknya. Pengujian koefisi regresi secara parsial dengan uji t untuk mengetahui pengaruh *E-money* (X) Terhadap Minat Beli (Y). Dengan ini hasil dari penelitian bahwa *E-money* berpengaruh negatif signifikan terhadap Minat Beli Terhadap mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. *E-money* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Beli, dengan nilai P value sebesar 0.000. Maka dapat dikatakan bahwa pengaruh E-Money Terhadap Minat Beli berpengaruh negatif dan signifikan karna, nilai P Value dibawah 0,00.

Pengujian hipotesi dapat diketahui dari hasil koefisien dan nilai P Value inner model seperti pada table dibawah ini.

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
<b>X1</b> -> <b>Y1</b>	-0.633	-0.644	0.078	8.112	<b>0.000</b>



#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang dilakukan mengenai pengaruh pengaruh *E-money* Terhadap Minat Beli yang terdapat pada mahasiswa UIN raden Intan Lampung yang telah di bahas, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Terdapat berpengaruh signifikan dan negatif E-money (X) terdapat Minat Beli (Y) Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

Untuk peniliti selanjutnya peneliti menganjurkan untuk mengubah objek pada penelitian tidak hanya dalam ranah mahasiswa akan tetapi mengganti dengan objek yang lebih luas lagi seperti kabupaten atau kota bahkan setingkat nasional. Dan saran selanjutnya dari peneliti yaitu dengan mengubah variable dipenden dari penelitian ini.

Berkembang nya teknologi yang semakin muta akhir menciptakan metode pembayaran non-cash yang bertujuan untuk mencari kenyamanan, kemudahan dan keefesianan dalam bertransaksi. Beberapa bank di indonesia melakukan geraskan aksi non-tunai contoh nya Bank BRI mengeluarkan BRIZZI dan Tap Chas yang di keluarkan oleh Bank BNI.

E-money atau dalam kata uang elektronik ialah instrumen baru dalam sistem pembayaran dan lebih luasnya adalah uang yang bisa ditransfer secara digital dari pembeli kepada penjual. Penggunaan e- money berbeda dengan kartu kredit dan debit yang harus terhubung dengan rekening bank nasabah. Namun, e-money memiliki sistem berbeda, yaitu dengan sistem prabayar atau dalam kata lain menggunakan terlebih dahulu baru melakukan pembayaran. Nasabah harus melakukan deposit sejumlah nilai uang pada e- money yang akan direkam secara digital sehingga nasabah bisa melakukan pembayaran barang kapan pun dengan mudah. Seiring dengan perkembangan teknologi, e-money tidak perlu terhubung dengan rekening bank nasabah.



---

## DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2009). Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 - Uang Elektronik (Electronic Money). Bank indonesia. Retrieved from [http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi\\_111209.aspx](http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_111209.aspx)
- Diana, N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia.
- Dinda, P. (2017). 50,90% Masyarakat Khawatirkan Penggunaan Data e-Money. Retrieved January 17, 2018, from <https://tirto.id/5090-masyarakatkhawatirkan-penggunaan-data-e-money-cy>
- Jati, N. J. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). Diponegoro Journal of Accounting.
- Pamungkas, G. T. (2018). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan E-Money (Studi Kasus Minimarket Indomaret Kec. Binjai Kota, Kota Binjai)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).