

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MENGUNAKAN E-MONEY OVO DI KARAWANG (STUDI PADA PENGGUNA  
OVO DI KARAWANG)**

**Pamela Octaviana<sup>1</sup>, Abdul Yusuf<sup>2</sup>**

Universitas Singaperbangsa Karawang<sup>1,2</sup>

E-mail: [1610631020290@student.unsika.ac.id](mailto:1610631020290@student.unsika.ac.id)<sup>1</sup>, [Abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id](mailto:Abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Judul penelitian ini yaitu Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan e-money OVO di Karawang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat dari pengguna e-money OVO untuk menggunakan e-money OVO. Data yang digunakan adalah data primer dan dianalisis menggunakan analisis faktor. Sampel yang diteliti adalah sebanyak 100 responden. Pada analisis faktor-faktor minat menggunakan ini terdapat 5 Variable yaitu Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Perilaku Terencana, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku yang dirasakan dan data tersebut diuji menggunakan SPSS 16. Hasil penelitian dan pembahasan hasil analisa mengenai Faktor-Faktor Minat Menggunakan Aplikasi e-money OVO. Maka dari hal yang bisa penulis jadikan kesimpulan hasil penelitian yaitu: (1) variabel dari faktor-faktor menggunakan saling berpengaruh positif dengan faktor minat menggunakan dengan hasil 0,224 (2) Indikator-indikator dalam variabel penelitian ini juga saling berkorelasi positif dengan nilai diatas  $> 0,5$ .

Kata kunci: Konsep TAM, Konsep TPB, Minat Menggunakan, E-Money OVO

**ABSTRACT**

The title of this study is Analysis of factors that influence interest in using OVO e-money in Karawang. This study aims to analyze the factors that influence the interest of OVO e-money users to use OVO e-money. The data used is primary data and analyzed using factor analysis. The sample studied was as many as 100 respondents. In the analysis of interest factors using this there are 5 Variables namely Perception of Usefulness, Perception of Ease, Planned Behavior, Subjective Norms, Perceived Behavior Control and the data was tested using SPSS 16. The results of the research and discussion of the results of the analysis on Interest Factors Using OVO e-money Application. Therefore, the authors can conclude the results of the study, namely: (1) variable of factors using mutual positive influence with interest factors using with the results of 0.224 (2) Indicators in the variables of this study are also positively correlated with values above  $> 0.5$ .

Keywords: TAM Concept, TPB Concept, Interest in Using, E-Money OVO

**I. PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Perkembangan transaksi pembayaran yang semakin canggih di era saat ini,

dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari baik itu pribadi ataupun saat berinteraksi dengan orang lain. Teknologi mempermudah kita dalam

melakukan sesuatu dalam bidang bisnis. Dahulu, dunia melakukan sistem barter dalam bertransaksi jual beli. Perkembangan teknologi ini memberikan inovasi pada bidang transaksi pembayaran.

Inovasi teknologi yang dilakukan pada dunia perbankan saat ini ialah uang elektronik dengan menggunakan aplikasi pada *smartphone*. Uang elektronik telah mempengaruhi kebiasaan masyarakat Indonesia, dahulu bertansaksi menggunakan uang kartal kini masyarakat lebih menyukai memakai uang elektronik untuk bertransaksi. Penggunaan uang elektronik di Indonesia menurut Bank Indonesia (2018) yaitu sebesar Rp.47.198.618. Tahun 2018 menurut Bank Indonesia terdapat 32 uang elektronik dari berbagai perusahaan dan perbankan, salah satu nya yaitu OVO, OVO berdiri pada tahun 2017, tetapi jumlah pengguna OVO telah mencapai 58,42%. Aplikasi ini digunakan untuk bertransaksi. Menurut Daily Social (2018) persentase statistik pengguna e-money OVO sebesar 58,42%, sedangkan GOPAY sebesar 79,39%, T-CASH sebesar 55,52%, DANA 34,18%, PAYTREN 19,27%, sedangkan 3,7% nya masyarakat tidak menggunakan e-money.

OVO merupakan aplikasi uang elektronik termuda jika dilihat dari tahun beridirinya yaitu pada tahun 2017, tetapi saat ini sudah mampu bersaing dengan aplikasi lainnya dan mendapat kepercayaan dari pengguna terhadap aplikasi uang elektronik tersebut. Maka, peneliti mengambil topik penelitian ini dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money OVO di Karawang”.

### **Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dalam minat menggunakan e-money OVO?

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis besar pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dalam minat menggunakan e-money OVO

### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan
2. Untuk dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya
3. Untuk dijadikan sebagai bahan referensi pada calon pengguna e-money OVO

### **Minat**

Menurut Sulistyio Seti Utami, dkk (2017) Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan subyek yang menetap, untuk tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi itu.

Sedangkan, Menurut Sardiman (2014) menyatakan bahwa minat adalah suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang berhubungan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech OVO**

Minat individu dalam menggunakan E-Money OVO dapat diukur menggunakan teori yang dapat mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Dalam penelitian ini teori yang digunakan yaitu Konsep *Technology Acceptance Model* (TAM)

dan Konsep *Theory of Planned Behaviour* (TPB)

Menurut Legris, Ingham, dan Collette (2003) dalam Silva (2018) : “TAM telah terbukti menjadi model teoretis dalam membantu untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Berdasarkan definisi di atas, TAM digunakan untuk menjelaskan tentang penerimaan atau penolakan terhadap teknologi.”

Model TAM menunjukkan sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna tentang bagaimana dan kapan mereka menggunakan sebuah teknologi baru. Menurut Davis et.al (1989) dalam Sulistyono (2017) TAM dikenal dapat menjelaskan dua persepsi atau dimensi yang dapat mempengaruhi pengguna dalam menggunakan sebuah teknologi yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) yang didalamnya termasuk kegunaan dan efektivitas, lalu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yang didalamnya termasuk teknologi, reputasi dan persepsi pengguna.

Model TPB Menurut Ajzen (1991) dalam Ula (2019) TPB adalah perilaku aktual seseorang dalam melakukan tindakan tertentu secara langsung dipengaruhi oleh minat perilakunya dan pada gilirannya, secara bersama-sama ditentukan oleh sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap pelaksanaan perilaku tersebut. Menurut Ajzen (2005) dalam Anton Nugroho (2018) *Theory of Planned Behaviour* (TPB) *stated that intention is influence by three things, Attitude Toward Behaviour* (ATB), *Perceived Behaviour Control* (PBC), *Subjective Norm* (SN), and *Perceived Behaviour Control* (PBC).

### **Hipotesis**

Tinjauan literatur ini memungkinkan kami untuk menyatakan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Hipotesis dari analisis faktor yang mempengaruhi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Money OVO.

H0 : Hipotesis dari analisis faktor yang mempengaruhi tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Money OVO.

## **II. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan data primer.

### **Teknik Analisis Data**

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas menggunakan *Person Product Moment Correlation*. Suatu variabel dikatakan valid jika nilai  $<0,05$  (Sugiono, 2014). Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi product moment. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat.

#### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas instrumen untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Variabel yang memiliki nilai di atas 0,6 dan merupakan konstruk yang kuat. Menurut Sugiyono (2016:131) menguji reliabilitas instrumen dapat dilakukan dengan teknik belah dua dari Spearman Brown.

Rumus Spearman Brown :  $ri = \frac{2rb}{1+r}$

Dimana :

ri = reliabilitas internal seluruh instrumen

rb= korelasi produksi momen antara belahan pertama dan kedua.

Dengan kesimpulan kriteria pengujian yang digunakan reliabel jika  $r > 0,6$  dan tidak reliabel jika  $r < 0,6$  dalam menguji reliabilitas ini menggunakan SPSS 16.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah menggunakan Kuesioner.

### Populasi

Populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat di Karawang yang menggunakan e-money. Menurut Sugiyono (2015:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai sifat dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

### Sampel

Sampel dalam penelitian ini ialah masyarakat di Karawang yang menggunakan OVO. Menurut Sugiyono (2015:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

### Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan ialah menggunakan *probability sampling*, dengan menggunakan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2015:63) *probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Menurut Sugiyono (2015:63) *simple random sampling* ialah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa

memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Pengumpulan data melalui kuesioner yang telah diisi oleh masyarakat Karawang pengguna *E-Money* OVO, mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Profil Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase %
Laki-laki	36	35,3%
Perempuan	66	64,7%
Total	100	100%

Sumber: Diolah Peneliti (2019)

Berdasarkan Tabel 1 di atas bahwa sebagian besar responden pengguna e-money OVO berdasarkan **jenis kelamin yang dipilih adalah perempuan dengan jumlah 66 orang.**

Tabel 2. Profil Berdasarkan Profesi

Profesi	Frekuensi	Presentase%
Pelajar/Mahasiswa	80	80%
Wirausaha	1	1%
PNS	1	1%
Lainnya	18	18%
Total	100	100%

Sumber: Diolah Peneliti (2019)

Berdasarkan Tabel 2 di atas bahwa profesi/pekerjaannya sebagian besar adalah **pelajar/mahasiswa dengan jumlah 80 orang.**

Tabel 3. Profil Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase%
17-21 Tahun	98	96,1%

28-38 Tahun	2	2%
39-49 Tahun	2	2%
>50 Tahun	-	-

Sumber: Diolah Peneliti (2019)

Berdasarkan Tabel 3 di atas bahwa data deskriptif responden berdasarkan **usia sebagian besar pengguna berusia 17-21 tahun dengan jumlah 98 orang.**

### Uji Validitas

Pengujian validitas data kuesioner untuk variabel keputusan penggunaan e-money OVO adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Indikator Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money OVO

No	Indikator	r Hitung	r Kritis	Keterangan
1	Menjadikan pekerjaan lebih mudah	0,712	0,3	Valid
2	Bermanfaat	0,719	0,3	Valid
3	Dapat menambah produktivitas	0,718	0,3	Valid
4	Dapat mempertinggi efektivitas	0,719	0,3	Valid
5	Dapat mengembangkan kinerja pekerjaan	0,716	0,3	Valid
6	Pengalaman pengguna pada teknologi sejenis	0,739	0,3	Valid
7	Fitur mudah dimengerti atau digunakan	0,741	0,3	Valid
8	Persepsi pengguna terhadap aplikasi memudahkan mencari informasi didalam teknologi	0,736	0,3	Valid

Sumber : Diolah Peneliti, 2019

Berdasarkan Tabel 4 di atas variabel faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna e-money OVO valid karena nilai seluruh indikator lebih dari 0,3.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Indikator Minat Menggunakan E-Money OVO

No	Indikator	r Hitung	r Kritis	Keterangan
1	Transaksi Lebih Praktis	0,734	0,3	Valid
2	Keamanan Transaksi	0,734	0,3	Valid
3	Transaksi lebih cepat	0,718	0,3	Valid
4	Mengikuti Tren/Gaya hidup	0,715	0,3	Valid
5	Biaya Lebih Murah	0,718	0,3	Valid
6	Rekomendasi dari anggota keluarga	0,708	0,3	Valid
7	Rekomendasi dari Teman	0,711	0,3	Valid
8	Rekomendasi dari komunitas social	0,706	0,3	Valid
9	Rekomendasi dari Dosen	0,724	0,3	Valid
10	Dapat digunakan untuk berbagai transaksi pembayaran	0,730	0,3	Valid
11	Menggunakan server berbasis uang elektronik jika memahami penggunaannya	0,723	0,3	Valid

Sumber : Diolah Peneliti (2019)  
Berdasarkan Tabel 5 diatas indikator faktor-faktor yang mempengaruhi minat

pengguna e-money OVO valid karena nilai seluruh indikator lebih dari 0,3.

### Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money OVO

Variabel	R hitung	R kritis	Ket
Faktor-faktor Menggunakan <i>e-money</i> OVO	0,749	0,6	Reliabel
Minat Menggunakan	0,739	0,6	Reliabel

Sumber : Diolah Peneliti (2019)  
Berdasarkan Tabel 6 di atas seluruh variabel keputusan pengguna e-money OVO dinyatakan reliabel karena nilai seluruh indikator lebih dari 0,6.

### Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov Smirnov		Kriteria
	r hitung	r kritis	
Faktor menggunakan <i>e-money</i> OVO	0,224	0,10	Distribusi Normal
Minat menggunakan fintech OVO	0,294	0,10	

Sumber: Diolah Peneliti (2019)

Berdasarkan Tabel 7 di atas di peroleh nilai signifikan  $p = 0,224$ , dan  $p = 0,294$ , sehingga  $p > \alpha$ . Dengan demikian sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

**Analisis Faktor**

Tabel 8. KMO and Barlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,781
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	955,828
	Df	171
	Sig.	,000

Berdasarkan hasil analisis pada table 8 diperoleh nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* pada kotak *KMO and Bartlett's Test* adalah sebesar 0,781. Hasil ini memperlihatkan bahwa instrument ini valid karena nilai *KMO* telah melebihi nilai dari 0,5. Disamping itu, dilihat dari nilai *Bartlett's Test* menunjukkan nilai 955,828 artinya *Bartlett's Test* dalam instrument ini memiliki nilai yang sangat besar dengan nilai signifikan 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen ini telah memenuhi syarat. Dengan demikian nilai *KMO* dan *Bartlett's Test* ini telah memenuhi syarat valid *Bartlett's Test* memiliki nilai yang besar.

Tabel 9. Tabel Nilai dari Measures of Sampling Adequacy (MSA)

NO	Indikator	Anti Image Correlation
1	Menjadikan pekerjaan lebih mudah	0,838
2	Bermanfaat	0,809
3	Dapat menambah produktivitas	0,799
4	Dapat mempertinggi efektivitas	0,859
5	Dapat mengembangkan kinerja pekerjaan	0,854

NO	Indikator	Anti Image Correlation
6	Pengalaman pengguna pada teknologi sejenis	0,773
7	Fitur mudah dimengerti atau digunakan	0,696
8	Persepsi pengguna terhadap memudahkan mencari didalam teknologi	0,820
9	Transaksi lebih praktis	0,774
10	Keamanan transaksi	0,731
11	Transaksi lebih cepat	0,891
12	Mengikuti tren/gaya hidup	0,788
13	Biaya lebih murah	0,833
14	Rekomendasi dari anggota keluarga	0,891
15	Rekomendasi dari teman	0,768
16	Rekomendasi dari komunitas sosial	0,767
17	Rekomendasi orang yang berpengaruh	0,556
18	Dapat digunakan untuk berbagai transaksi pembayaran	0,502
19	Dapat mengontrol pengeluaran berbelanja	0,528

Sumber : Diolah Peneliti (2019)

Hasil korelasi pada tabel 9 masing-masing indikator dalam variabel keputusan minat menggunakan e-money OVO di atas dapat diproses lebih lanjut jika *anti-image correlation* > 0,5, dan jika ada yang < 0,5

maka harus direduksi dan diproses analisis ulang dari awal sehingga tidak ada nilai *anti-image correlation* yang  $< 0,5$ .

Berdasarkan hasil pengujian analisis validitas faktor pada tabel anti-image correlation di atas dapat disimpulkan bahwa semua indikator dalam variabel minat menggunakan e-money OVO yaitu mempunyai nilai *Anti-Image Correlation* lebih dari  $> 0,5$  maka artinya seluruh indikator dapat dinyatakan valid.

Dengan demikian, maka hasil indikator pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan pada data tabel *Anti-Image Correlation* memiliki nilai yang valid dengan nilai lebih dari 0,5 dan dinyatakan bahwa indikator dari variabel-variabel faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan e-money OVO tersebut saling berkorelasi dan signifikan positif.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil analisa mengenai Faktor-Faktor Minat Menggunakan Aplikasi e-money OVO. Maka dari hal yang bisa penulis jadikan kesimpulan hasil penelitian yaitu: (1) faktor-faktor menggunakan saling berpengaruh positif dengan faktor minat menggunakan dengan hasil 0,224 (2) Indikator-indikator dalam variabel penelitian ini juga saling berkorelasi positif dengan nilai diatas  $> 0,5$ .

##### Saran

Sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran dan kelemahan yaitu penelitian ini dilakukan dengan keterbatasan waktu yang singkat, dan responden pada penelitian ini terbatas hanya pada wilayah Kabupaten Karawang. Dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel lain yang belum diteliti

pada aplikasi *e-money* lainnya dan juga meneliti objek penelitian yang lain terutama yang bergerak dibidang yang sama dengan aplikasi *e-money* lainnya.

#### V. DAFTAR PUSTAKA

##### Buku

- Sardiman. (2014). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

##### Artikel Jurnal

- Cania, S. C. (2018). *Mempengaruhi, Faktor-faktor Yang Layanan, Penggunaan Pelanggan, Go-pay Pada Go-jek, Maupun Pengemudi*. In *Akuntansi*. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/7989>
- Nugroho, Anton., Mukhamad Najib., dan Megawati Simanjuntak. *“Factors Affecting Consumer Interest In Electronic Money Usage With Theory Of Planned Behaviour (TPB)”* Journal of Consumer Sciences E-ISSN : 2460-8963 2018, Vol. 03, No. 01, 15-27 Angkatan 2015-2016. Universitas Islam Bandung)” Jurnal ISSN: 2460-2159.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan*

## **Derivatif : Jurnal Manajemen**

Vol. 15 No. 1 April 2021

(ISSN Cetak 1978-6573) (ISSN Online 2477-300X)

Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284.  
<https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>.

Utami, S. S. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-MONEY (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.

### **Internet**

Bank Indonesia. (n.d.). Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik.

Bank Indonesia. Jumlah Uang Elektronik Beredar. Diunduh tanggal 19 November 2019, [www.bi.go.id/id/statistik](http://www.bi.go.id/id/statistik)

Daily Social. *Fintech Report 2018*. Diunduh tanggal 19 November 2019, <https://dailysocial.id/fintech-report-2018>