

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GENERASI Z
INDONESIA UNTUK MELAKUKAN *CASHLESS PAYMENT*
SYSTEM PADA ERA DIGITAL 4.0**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Program Studi Ekonomi Pembangunan*



Oleh :

Nama :Diah Anjelina
NPM :1805180015
Program studi :Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**



UMSU

Inggul | Cerdas | Terpercaya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Muhtar Basri No. 3 Medan, Telp (061) 6624-567 Kode Pos 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Srata-1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 22 September 2022, pukul 09.00 Wib sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama Lengkap : DIAH ANJELINA
NPM : 1805180015
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Konsentrasi : PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
Judul Skripsi : FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GENERASI Z INDONESIA
UNTUK MELAKUKAN *CASHLESS PAYMENT SYSTEM* PADA
ERA DIGITAL 4.0

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

TIM PENGUJI

Penguji I

(Dra. LAILAN SAFINA HSB, M.Si)

Penguji II

(SRI ENDANG RAHAYU, S.E., M.Si)

Pembimbing

(ERI YANFI'NASUTION, S.E., M.Ec)

Ketua



Sekretaris

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si)

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Muhtar Basri No. 3 Medan, Telp (061) 6624-567 Kode Pos 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : DIAH ANJELINA
NPM : 1805180015
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Konsentrasi : PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
Judul Skripsi : FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GENERASI Z UNTUK MELAKUKAN CASHLESS PAYMENT SYSTEM PADA ERA DIGITAL 4.0

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, September 2022

Pembimbing Skripsi

(ERI YANTI NASUTION., SE., E.Me)

Diketahui/Disetujui

Oleh :

**Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU**

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU


(PRAWIDYA HARIANI, S.E., M.Si)



(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : DIAH ANJELINA
NPM : 1805180015
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
KONSENTRASI : PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “ **Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Indonesia Untuk Melakukan *Cashless Payment System* Pada Era Digital 4.0**” adalah bersifat asli (*original*), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia di tuntutan dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Medan, September 2022

Saya yang menyatakan



DIAH ANJELINA

ABSTRAK

DIAH ANJELINA (1805180015)

“Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Indonesia Untuk Melakukan *Cashless Payment System* Pada Era Digital 4.0”

Topik ini berdasarkan fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat, yaitu adanya perubahan pola perilaku masyarakat dengan adanya pengaruh perkembangan teknologi yang menciptakan inovasi-inovasi baru. Salah satu inovasi baru yang tercipta akibat perkembangan teknologi yaitu sistem pembayaran secara *cashless* atau yang sering disebut pembayaran non tunai telah merambah ke dunia sistem digital secara sistematis yang menarik minat serta gaya hidup baru Generasi Z di masa serba dengan teknologi kekinian. APMK salah satu sistem pembayaran yang banyak digunakan masyarakat dalam kegiatan bertransaksi maupun menabung dana di dalam rekening milik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi generasi z menggunakan *cashless payment system* pada era digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Non-probabilitas sampling dan di peroleh sampel sebanyak 40 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang bersumber dari Bank Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ekonomi dan faktor budaya berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan APMK. Faktor Psikologi tidak berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan APMK.

Kata Kunci: *Perkembangan Teknologi, Perilaku Generasi Z, Cashless Payment System, APMK.*

ABSTRACT

DIAH ANJELINA (1805180015)

“The Factors Which Influence The Indonesian Z Generation To Do *Cashless Payment System In The Digital Era 4.0*”

The topic is based on a phenomenon in people's environment that changes their behavior patterns with the influence of technological developments that create new innovations. One of the new innovations created by technological development is that cash or non-cash payment systems have entered into a systematic digital system that attracts and refashions new z-generations of modern technology. APMK one of the most commonly used systems of communities in activities and transforms funds within the account. The study aims to identify factors that affect a generation of z using *cashless waste system* in the digital age. The sample retrieval technique USES non-sampling methods and in obtained samples of up to 40 of the respondents type of used are the data primary and secondary data sourced from the Indonesia Bank. The study USES the methods of factor analysis. Research shows that economic and cultural factors are both influential and significant to the use of APMK. Psychological factors are significant and significant in the use APMK.

Keyword: *How Technology Develops, The behavior of the z-generation, Cashless Payment System, APMK.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang memberikan kesehatan, kesabaran, serta kekuatan dan tak lupa pula Shalawat kita hadiahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya yang berjudul **“Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Indonesia Untuk Melakukan *Cashless Payment System* Pada Era Digital 4.0”**, yang diajukan untuk melengkapi tugas dan syarat menyelesaikan pendidikan meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penelitian skripsi ini penulis berusaha menyajikan yang terbaik dengan seluruh kemampuan yang dimiliki oleh penulis, namun demikian penulis menyadari bahwa pengetahuan yang dimiliki masih sangat terbatas, sehingga terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak yang telah membimbing penulis, baik moril, materil dan ide-ide pemikiran.

Dengan selesainya penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Rezeki-Nya yang sangat luar biasa kepada penulis, serta nikmat iman dan nikmat kesehatan kepada penulis, sehingga atas izin-Nya yang memberikan kesempatan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

2. Keluarga yang tercinta, terutama kepada kedua orangtua terkasih, Ayahanda (Suherman) dan Ibunda (Tukini) sebagai sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas semua doa dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis sampak detik ini, baik itu semangat maupun materi. Serta kedua Adik tersayang (Muhammad Ilham dan Muhammad Syahputra) yang telah memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
3. Bapak Assoc.Prof. dr Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak H. Januri, S.E., M.M., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, SE.,M.Si yang merupakan Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si yang merupakan Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dr. Prawidya Hariani RS, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Roswita Hafni M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Ibu Eri Yanti Nasution, SE, M.Ec., selaku Dosen Pembimbing saya yang telah banyak memberikan bimbingan/arahan/masukan serta kritikan kepada penulis sehingga terwujudnya skripsi ini.

10. Seluruh dosen mata kuliah Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara atas ilmunya yang bermanfaat.
11. Kepada Seluruh staf biro Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Prodi Studi ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
12. Kepada seluruh teman studi ekonomi pembangunan stambuk 2018 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan morivasi agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis harapkan saran dan kritik yang membangun dalam penulis kedepan. Akhirnya dengan sengala kerendahan hati, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wasallamu'alaikum Wa rahmatullahi Wa barakatuh.

Medan, September 2022

DIAH ANJELINA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	13
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah	14
1.4 Rumusan Masalah	14
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (Ekonomi Mikro).....	16
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen Dalam Pandangan Manajemen	20
2.1.3 Teori Generasi Z.....	25
2.1.4 Teori Uang.....	27
2.1.5 Teori Bank	30
2.1.6 Sistem Pembayaran.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Konseptual.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39

3.1 Pendekatan Penelitian	39
3.2 Definisi Operasional	40
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	41
3.6 Teknik dan Pengumpulan Data	42
3.7 Pengolahan Analisis Data	42
3.8 Teknik Analisis Tujuan Penelitian.....	45
3.8.1 Analisis Deskriptif	45
3.8.2 Analisis Faktor	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Perkembangan Teknologi di Era Digital.....	48
4.2 Perkembangan Instrumen Pembayaran APMK di Indonesia.....	49
4.3 Analisis Faktor.....	58
4.2.1 Deskriptif Data	58
4.2.3 Hasil Analisis SEM-PLS	61
4.2.4 Pengujian Hipotesis Hasil Penelitian	74
4.3 Pembahasan	77
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
5.3 Batasan Penelitian.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kurva Utilitas Total dan Utilitas Marjinal	17
Gambar 2.2 Kurva Indiferensi.....	18
Gambar 2.3 Kurva Garis Anggaran	19
Gambar 2.4 Model Perilaku Konsumen.....	20
Gambar 2.5 Kerangka Konseptual Model Analisis Faktor	38
Gambar 3.1 Geafik Kriteria Pengujian Hipotesis.....	45
Gambar 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	60
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	60
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	62
Gambar 4.5 Responden Jenis APMK yang sering digunakan	62
Gambar 4.6 Responden Berapa kali sering menggunakan APMK	63
Gambar 4.7 First Outer Loading	68
Gambar 4.8 Second Outer Loading.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah APMK Beredar	6
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Uang Elektronik Beredar	8
Tabel 1.3 Perkembangan Transaksi Uang Elektronik.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional	40
Tabel 4.1 Infrastruktur APMK Regional	55
Table 4.2 Perkembangan Instrumen/Kartu Kredit di Indonesia.....	57
Tabel 4.3 Perkembangan Instrumen/Kartu ATM+ATM Debet.....	58
Tabel 4.4 Convergent Validity Penggunaan APMK.....	64
Tabel 4.5 Convergent Validity Faktor Ekonomi.....	65
Tabel 4.6 Convergent Validity Faktor Budaya	66
Tabel 4.7 Convergent Validity Faktor Psikologi	67
Table 4.8 Convergent Validity Penggunaan APMK.....	70
Tabel 4.9 Convergent Validity Faktor Ekonomi.....	71
Tabel 4.10 Convergent Validity Faktor Budaya	72
Tabel 4.11 Convergent Validity Faktor Psikologi	72
Tabel 4.12 Discriminate Validity Pada AVERAGE EXTRACTED (AVE)	73
Tabel 4.13 Composite Reability.....	74
Tabel 4.14 R-Square	75
Tabel 4.15 Uji Hipotesis	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

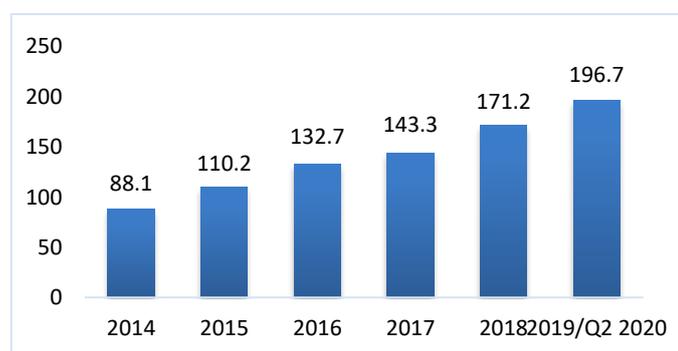
Perkembangan kebudayaan manusia mengalami perubahan dari masa ke masa hal ini terjadi sebab adanya evolusi, yaitu proses perubahan yang lambat tingkat kebudayaan yang sederhana hingga ke taraf yang lebih tinggi, sistem inovasi-inovasi baru yang mulai dari kecil sampai besar, mengubah cara hidup insan akibat kemampuan untuk menaikkan penggunaan dan konsumsi tenaga. Sistem teknologi dan informasi telah mengubah cara berfikir manusia untuk memanfaatkan sistem teknologi dengan berbasis internet, melihat fenomena internet yang berkembang dengan berbagai sistem yang tersedia memudahkan segala bentuk sistem pekerjaan manusia. Munculnya internet di Indonesia pada awal tahun 1990-an, saat itu jaringan internet di Indonesia lebih dikenal dengan paguyuban *network*, perkembangan teknologi memberikan pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia.

Kemajuan teknologi dan digitalisasi, saat ini di Indonesia memasuki revolusi industri 4.0 yang dimana segala sesuatu industri sudah mengarah pada penerapan teknologi yang terintegrasi dengan jaringan internet, dengan adanya program revolusi industri 4.0 memberikan dampak bagi masyarakat di dunia termasuk Indonesia untuk lebih meningkatkan perkembangan teknologi itu sendiri. Sistem teknologi dan informasi memberikan banyak kebebasan untuk menggunakan internet diberbagai kegiatan, jika tidak heran banyak masyarakat yang menghabiskan waktu mereka untuk bermain internet, bukan hanya itu internet memberikan peluang yang bisa memberikan informasi terupdate yang bisa ditemui tanpa harus melihat televisi.

Perubahan sistem dan tata cara bertransaksi menyebabkan munculnya budaya baru dalam dunia di perkembangan digital. Munculnya uang digital sebagai sistem pembayaran yang sah memunculkan fenomena baru di dunia saat ini khususnya bagi masyarakat yang sudah mengenal uang elektronik. Survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). Setiap tahun penggunaan internet di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup drastis, para pengguna internet terbilang mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar untuk melakukan berbagai hal yang menurut mereka menarik untuk dilihat dan digunakan, melihat peristiwa perkembangan internet yang semakin mendunia dan mengglobalisasi internet menjadi pondasi sandaran masyarakat dalam melakukan aktivitas. Internet dapat dianalogikan sebuah skema yang mengubah hampir semua gaya hidup masyarakat dunia, kebebasan melakukan hal yang disukai, kebiasaan berkomunikasi dengan individu yang tidak dikenal hingga aktivitas perekonomian. Internet mengubah cara individu untuk mendapatkan berita melalui situs-situs yang tersedia di internet, memesan makanan, transportasi hingga membeli tiket bahkan kegiatan bekerja yang mudah dilakukan dengan menggunakan sentuhan jari.

Gambar 1.1

Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2014-Q2 2020



Sumber: www.apji.or.id (Data diolah)

Berdasarkan data diatas hasil survei yang dilakukan APJII dari tahun 2014 hingga Q2 2020, penetrasi pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi Z dengan jumlah pengguna sebanyak 91,00%, sementara pengguna internet dengan jumlah terbanyak kedua yaitu didominasi oleh generasi milenial dengan jumlah pengguna sebanyak 88,50%. Kemudian pengguna internet dengan posisi ketiga generasi X sebanyak 34,61%, dan Baby Boomer sebanyak 5,22%. Tingginya jumlah pengguna internet pada generasi Z disebabkan adanya pembelajaran secara daring/online, sehingga banyak para pelajar dan mahasiswa mengkonsumsi internet secara berlebihan dan tidak hanya itu generasi juga banyak melakukan pembelian barang secara online.

Generasi milenial, generasi yang sudah produktif dan sudah memiliki pekerjaan sehingga tidak dapat dipungkiri kemajuan teknologi yang semakin pesat generasi milenial banyak memanfaatkan internet untuk pekerjaannya dan tidak ada batasan dalam penggunaan internet. Generasi Y pengguna internet dengan jumlah yang lebih sedikit dari generasi Z dan milenial, generasi Y sudah memasuki usia yang produktif sehingga mereka memiliki kebebasan dalam penggunaan internet. Melihat perkembangan teknologi yang semakin mendigital, generasi Z banyak memanfaatkan dunia digital sebagai salah satu kebutuhan hidup.

Menurut survei Nielsen, generasi Z sudah mempengaruhi ekonomi dunia sebagai 62 persen konsumsi pembeli produk elektronik. Hal ini membuktikan generasi Z dipengaruhi terhadap perkembangan teknologi yang *cashless payment system* sudah serba terkoneksi dengan internet. Kehadiran pembayaran secara cashless payment, menjadi suatu pilihan bagi generasi Z. Pasalnya banyak generasi yang sudah beralih menggunakan sistem pembayaran secara, banyak kelebihan dan manfaat yang didapat dari adanya sistem pembayaran secara online atau digital.

Perubahan pola pembayaran ini menyentuh semua lapisan masyarakat tidak terkecuali kaum generasi z yang berkarakter akrab dengan teknologi serta senang dengan hal yang praktis dan simpel. Kepraktisan itu dapat dilihat pada tidak perlunya mereka antri atau menunggu uang kembalian saat melakukan pembayaran keluar rumah dengan menggunakan smartphone dan melakukan transaksi melalui account yang dimiliki pada alat pembayaran yang dimiliki. Perubahan pembayaran non-tunai, atau cashless didukung oleh pertumbuhan sektor jasa perbankan yang dipacu oleh perkembangan teknologi. (Yudhistira, 2014).

Digital berasal dari kata digitus, dalam bahasa Yunani berarti jari. Dalam bahasa Inggris digital adalah yang berhubungan dengan menggunakan jari, mesin hitung yang menggunakan nomor-nomor untuk sistem-sistem perhitungan tertentu. Digitalisasi merupakan salah satu bentuk implementasi ekonomi digital, dalam sistem bentuk digital tersebut adalah menggunakan dan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada bentuk sistem internet pada setiap kegiatan ekonomi. Menurut (Steven) 2015, di Indonesia memiliki 51% atau sebesar 251,160,124 dari total populasi yang menggunakan teknologi internet di smartphone.

Sistem digital tidak hanya membahas seputar online dan offline, namun didalam global digital sendiri terjadi hubungan antar manusia seperti halnya aktivitas jual beli, transaksi, usaha dan sebagainya. Global digital membarui interaksi antar manusia baik secara individu maupun grup lainnya dengan secara virtual tanpa harus rendezvous fisik satu sama lain. Hadirnya sistem pembayaran secara non tunai dengan berbagai bentuk kartu dan aplikasi, hal ini menuai banyak apresiasi dikalangan generasi Z tidak hanya itu terlebih para pengguna disuguhkan

berbagai fitur yang menarik perhatian dan minat untuk menggunakan sistem pembayaran non tunai.

Cashless payment system sebuah alat pembayaran yang digunakan untuk melakukan kegiatan berupa tarik tunai, transaksi pembelian dan pembayaran dari suatu kegiatan yang menggunakan sistem ritel tertentu untuk membayar. Cashless payment sudah tidak asing dikalangan masyarakat Indonesia, beragam variasi bentuk sistem pembayaran non tunai yang dapat dijumpai dan digunakan dalam beragam kegiatan pembayaran. Sejak ditetapkannya *cashless payment system* di Indonesia, baik tugas negara maupun tugas masyarakat dapat terbantu dalam segala transaksi.

Perkembangan sistem pembayaran juga tidak terlepas dari peran regulator dalam hal ini Bank Indonesia dalam memberikan kesetaraan akses (*equitable access*) ke dalam sistem pembayaran. Bank Indonesia memberikan kesempatan yang sama kepada bank maupun lembaga non bank untuk berperan dalam sistem pembayaran guna mendukung terwujudnya iklim usaha yang kondusif yang senantiasa memperhatikan aspek keamanan dari perlindungan konsumen (www.bi.go.id).

Keberadaan cashless salah satu bentuk kesadaran untuk menghindari berbagai kecurangan dan kejahatan yang bisa saja terjadi, kejahatan yang dimaksud bisa berbentuk uang fisik seperti peredaran uang palsu yang kian terjadi. Transaksi cashless tidak melibatkan perpindahan uang secara fisik, sehingga hal ini dapat mengurangi kemungkinan terjadinya korupsi dan kolusi di antara pihak-pihak yang melakukan transaksi, terutama bentuk transaksi yang berkaitan dengan sistem pelayanan publik. Pembayaran secara non tunai pertama kali di kenal di Indonesia dalam bentuk sebuah kartu dan e-money. Keamanan dalam pengguna non tunai

berbentuk kartu dan e-money mendapat perlindungan dari pihak BI. Kemunculan pembayaran non tunai tidak hanya sebuah inovasi dari pihak perbankan tetapi juga mendorong kemudahan masyarakat dan sepenuhnya telah didukung oleh Bank Indonesia melalui penyiaran Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tanggal 14 Agustus 2014. APMK merupakan salah satu alat Casless payment yang sudah diterapkan di Indonesia dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dan generasi Indonesia.

Menurut PBI APMK No.11/11/PBI/2009 kemudian diubah dengan PBI No.14/2/PBI/2012 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu. APMK adalah alat pembayaran yang berupa kartu kredit, kartu automatic teller machine (ATM), dan kartu debit. www.bi.go.id . APMK berupa uang elektronik yang berbentuk kartu yang harus diisi saldo terlebih dahulu dengan jumlah tertentu, sehingga bisa menggunakan kartu tersebut untuk kegiatan transaksi.

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah APMK Beredar Tahun 2014-2021

Periode	Kartu Kredit	Kartu ATM/Debet	Kartu Kredit + ATM/Debet
2013	177,118,303	68,802,521	936,090,362
2014	186,259,726	81024697	1,071,300,918
2015	197,788,678	91,734,483	1,271,972,726
2016	204,629,566	94,007,729	1,443,450,940
2017	206,167,233	100,849,796	1,707,132,093
2018	207,727,507	108,391,148	1,895,628,533
2019	207,101,831	111471,277	1,974,151,416
2020	202,581,977	111,740,437	2,278,136,197
2021	200,723,612	96,136,890	2,529611,696

Sumber: Bank Indonesia(Data diolah)

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan kenaikan jumlah APMK yang beredar dari tahun ke tahun. Jumlah pengguna ATM/Debet yang beredar tahun

2014 naik sebesar 54% dibanding tahun sebelumnya, di tahun 2019 jumlah kartu ATM/Debet tumbuh dengan jumlah sebesar 1,97 triliun. Jika dilihat dari jumlah APMK beredar pada tahun 2020 hingga 2021 mengalami penurunan menjadi 2,52 triliun. Kenaikan jumlah APMK semakin pesat dari tahun ke tahun, setelah munculnya uang elektronik dengan berbagai aplikasi pilihan masyarakat banyak yang beralih dengan menggunakan uang elektronik aplikasi tertentu dalam kegiatan transaksi. Tidak dapat dipungkiri sistem pembayaran dengan kartu masih menjadi pilihan masyarakat, tetapi tidak sebanyak sebelum munculnya sistem uang elektronik. Kemajuan teknologi yang semakin mendominasi di sistem pembayaran, pemerintah tidak hanya menetapkan cashless payment sebagai salah satu pilihan pembayaran yang memudahkan masyarakat dalam bertransaksi, tidak heran jika pemerintah terus mendorong segala kegiatan dengan menggunakan sistem digital. Munculnya cashless payment memicu pengguna internet semakin banyak, melihat munculnya fenomena ini berdampak langsung terhadap ekonomi negara dan masyarakat, seperti tempat makanan yang sudah menyediakan cashless payment yang memudahkan konsumen dalam bertransaksi, pesan antar makanan yang sudah menggunakan layanan digital dan sebagainya.

Di Indonesia, perkembangan pembayaran digital tergolong sangat cepat dikenal, meskipun di Indonesia terbilang cukup lama dalam penggunaan uang elektronik. Istilah uang elektronik dapat didefinisikan berbentuk uang digital dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik eksklusif. Pada laporan uang elektronik Bank Sentral Eropa mengungkapkan bahwa uang elektronik secara luas didefinisikan menjadi toko moneter yang memiliki nilai pada perangkat teknis yang bisa digunakan secara luas untuk melakukan pembayaran perjuangan dan keperluan lainnya tanpa wajib melibatkan rekening bank pada setiap kegiatan

transaksinya, tetapi bertindak menjadi instrumen pembayar. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) NO. 16/8/PBI/2014, uang elektronik artinya nilai uang yang disimpan secara elektronik di suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran atau transfer dana. Abhay (2012), berpendapat dengan adanya sistem pembayaran secara elektronik ini, hal ini akan membentuk sistem pembelian lebih efisien dan simpel, sistem kawalan yang lebih terjamin dan menaikkan kelesaan berbelanja. Dias (2000) mengungkapkan dewasa ini orang enggan membawa uang dalam jumlah besar di dalam dompetnya karena selain dipandang tidak aman juga dinilai tidak praktis. Besar kecilnya uang yang dibawa oleh masyarakat dalam dompet atau sakunya dapat dipertimbangkan sebagai kendala bagi masyarakat untuk melakukan konsumsi. Kehadiran alat pembayaran non tunai berbentuk kartu menghilangkan kendala tersebut dan berpotensi untuk mendorong kenaikan tingkat konsumsi. Kemudahan dalam berbelanja yang diberikan bagi nasabah bank yang memiliki alat pembayaran non tunai seperti ATM, kartu debit dan kartu kredit dapat mendorong kenaikan konsumsi dari nasabah tersebut.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Uang Elektronik Beredar Tahun 2014-2021

Tahun	Jumlah
2014	400,439,154
2015	477,322,243
2016	499,283,097
2017	833,975,238
2018	1,542,055,053
2019	2,747,789,404
2020	4,469,063,393
2021	6,081,360,849

Sumber: Bank, Indonesia (Data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat perkembangan jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia, dibulan April tahun 2021 jumlah uang elektronik beredar dengan mencapai Rp 7,69 triliun. Jumlah tersebut merupakan terdiri atas Rp 3,032 triliun uang elektronik yang diterbitkan bank dan Rp 4,67 triliun yang diterbitkan indtitusi bukan bank. Menurut data Bank Indonesia, lembaga yang menerbitkan uang elektronik sebanyak 57 institusi. Disituasi naiknya jumlah uang beredar di tahun 2020 dan 2021 disebabkan adanya aplikasi uang elektronik yang sedang populer dikalangan masyarakat, kehadiran aplikasi tersebut memikat minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi tersebut, adanya aplikasi yang sedang populer di era melek teknologi dengan berbagai macam pilihan pembayaran layanan digital, tidak hanya dalam bertransaksi manfaat dari aplikasi digital tetapi juga membantu kebutuhan masyarakat yang hendak berbelanja secara online yang menjual berbagai macam kebutuhan seperti: pakaian, makanan, peralatan, dan bayar transportasi. Adapun aplikasi tersebut yaitu Shopee, Tokopedia, Ojek online (Grab dan Gojek), serta pembayaran yang menggunakan sistem kartu elektronik yang tersimpan di server.

Maraknya berbagai jenis aplikasi dan jenis uang elektronik digital yang tersedia di Indonesia, minat serta harapan masyarakat dalam penggunaan *cashless payment system* dapat memudahkan serta memberikan kenyamanan bagi pengguna uang elektronik. Jika dilihat dari jumlah uang elektronik yang beredar cukup tinggi artinya masyarakat memiliki uang elektronik lebih sari satu, salah satu pengguna uang elektronik yang dominan setiap saat yaitu generasi Z yang memilih menggunakan uang elektronik sebagai transaksi dalam berbagai aktivitas. Kenyamanan serta kemudahan dalam penggunaan uang digital dalam pembayaran, terdorongnya berbagai pengaruh yang diberikan lingkungan sekitar untuk

mengikuti jejaknya, masyarakat cenderung meniru apa yang mereka dapat dari lingkungan sekitar mereka, maka tidak heran para generasi mudah meniru apa yang mereka temui disetiap lingkungan yang mereka tempati.

Dalam penggunaan sistem uang elektronik, koneksi internet dalam ponsel pun harus tersedia guna memperlancar sistem kerja transaksi yang cepat terlaksana. Uang elektronik sendiri menjadi salah satu pilihan anak kaum muda karena sifatnya yang praktis dan fleksibel ketika hendak dibawa dan tidak merepotkan. Dampak teknologi yang semakin digital, membuat masyarakat hendak menyadari akan mudahnya setiap akses dengan menggunakan sistem internet, masyarakat menjadi ketergantungan dengan kehadiran aplikasi layanan digital tersebut dan tidak heran jika masyarakat banyak dominan menggunakan internet sebagai salah satu hal penting dikehidupan.

Tabel 1.3

Perkembangan Transaksi Uang Elektronik Tahun 2014-2020

Tahun	Volume Transaksi	Nominal Transaksi (Rp)
2014	203,369,990	3,319,556.043
2015	535,579,528	5,283,017.652
2016	683,133,352	7,063,688.72
2017	943,319,933	12,375,468.72
2018	2,922,698,905	47,198,616.11
2019	5,226,699,919	145,165,467.6
2020	4,625,703,561	204,909,170

Sumber :Bank Indonesia(Data diolah)

Berdasarkan data diatas, pada bulan Agustus 2019, volume transaksi uang elektronik telah mencapai sebesar 3,2 miliar unit dengan jumlah transaksi sebesar Rp 145,1 triliun. Pada tahun 2018 pada tahun 2018 mengalami kenaikan cukup tinggi dengan jumlah transaksi sebesar 47,1 triliun terjadi kenaikan cukup drastis pada tahun 2020 dengan jumlah transaksi sebesar 204,9 triliun dan mengalami

penurunan volume dibandingkan dengan tahun 2019. Hal ini disebabkan adanya peristiwa pandemi covid-19 yang melanda wilayah Indonesia sehingga masyarakat memenuhi segala kebutuhan dengan pembelian secara online, mulai dari bahan pokok makanan sehari-hari hingga kebutuhan alat-alat rumah tangga. Hal ini menjadi kebiasaan masyarakat yang semakin mengandalkan penggunaan pembayaran secara non tunai dalam bertransaksi. Semakin berkembangnya pembayaran secara elektronik di Indonesia, masyarakat semakin leluasa menggunakan pembayaran elektronik dalam aktivitas sehari-hari. Kehadiran uang tunai berdampak langsung terhadap perekonomian masyarakat dan negara, banyak masyarakat yang memanfaatkan adanya uang elektronik seperti kemudahan dalam setiap bertransaksi jarak jauh, pembelian secara online yang tidak dapat dijangkau.

Pembayaran salah satu tuntutan wajib yang harus dipenuhi dalam sistem transaksi dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran lahir bersamaan menggunakan lahirnya konsep “uang” sebagai indera pertukaran atau middleman dalam transaksi barang, jasa dan keuangan. Berdasarkan menurut Tirto Waluyo (2010), pembayaran yaitu suatu aksi menukarkan barang atau uang dengan iktikad dan tujuan yang sama yang dilakukan oleh 2 orang ataupun lebih. Pembayaran secara online adalah pembayaran yang berbasis pada sistem teknologi. Didalam sistem pembayaran digital uang disimpan, diproses, serta diterima dengan bentuk informasi digital dan elektronik. Komponen-komponen primer pada sistem pembayaran digital seperti perangkat lunak pemindahan uang, infrastruktur jaringan, peraturan dan mekanisme yang pemerintah kegunaan pada sistem pembayaran digital.

Pembayaran non tunai sedikit demi sedikit sudah menggantikan kiprah pembayaran secara tunai, dimana pembayaran non tunai mampu memberikan

dampak-dampak yang banyak dirasakan masyarakat. Kehadiran pembayaran non tunai sudah berkembang dengan pesat dikalangan masyarakat termasuk generasi Z, keamanan penggunaan pembayaran non tunai juga menjadi salah satu indikator yang paling utama dipilih masyarakat dalam bertransaksi, hal ini sebab pembayaran non tunai memudahkan masyarakat dalam bertransaksi dengan tidak membawa uang tunai yang bisa saja merepotkan. Dimasa yang serba dengan kecanggihan teknologi generasi z menjadi galat pengguna pembayaran non tunai paling banyak, anak-anak muda memiliki jiwa yang fleksibel tanpa anti ribet dan kaum anak muda memilih menggunakan layanan digital karena mengikuti perkembangan kecanggihan teknologi modern, ketika ingin membeli makanan tetapi enggan untuk keluar rumah kita mampu eksklusif memesan dan membayar makanan tersebut melalui sebuah aplikasi, hal ini memudahkan segala aktivitas masyarakat.

Munculnya *startu-startup* yang berkembang di kalangan masyarakat Indonesia membuat penyedia layanan uang elektronik bermunculan dengan berbagai jenis, *startup* tersebut bekerjasama dengan pihak penyedia layanan seperti Ovo, Gopay, LinkAja, Dana, Shopeepay, Brizzi, E-Money, Tapcash, Dompetku, Jenius. Tujuan menghadirkan berbagai jenis layanan pembayaran non tunai ini agar para konsumen berbelanja di startup tersebut yang memberikan kemudahan dalam setiap bertransaksi dengan memberikan begitu banyak penawaran yang menggiurkan agar konsumen mau menggunakan dan mulai tertarik dengan menggunakan uang elektronik. Penggunaan uang elektronik memberikan kesan baru pada sebuah sistem dan alat tukar perekonomian masyarakat di Indonesia, manusia dimudahkan dalam setiap melakukan suatu transaksi dengan menggunakan uang elektronik tersebut.

Kemudahan dalam penggunaan pembayaran non tunai memberi nilai tersendiri bagi generasi z dalam pembayaran secara non tunai, tidak diherankan kemajuan teknologi yang kian pesat dengan menghadirkan sistem pembayaran non tunai dengan bentuk kartu dan juga sebuah aplikasi yang menarik. Ketertarikan generasi z terhadap pembayaran secara non tunai dalam mengkonsumsi suatu produk, hal ini menarik para penyedia jasa makanan dengan menggunakan sistem aplikasi pembayaran non tunai yang disediakan secara online dan offline. Mudah-mudahan pembayaran masa kini menjadi salah satu bentuk gaya hidup anak muda yang kian merambah di dunia digital, semakin banyak para pengguna *Cashless* di Indonesia semakin maju pula perkembangan dunia digital.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Indonesia Untuk Melakukan *Cashless Payment System* Pada Era Digital 4.0”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat beberapa masalah, yaitu:

1. Masih kurangnya pemahaman masyarakat akan pembayaran secara cashless.
2. Perkembangan teknologi perlahan mengubah gaya hidup masyarakat, akses internet yang cepat mendorong masyarakat mulai meninggalkan pembayaran secara tunai.
3. Perkembangan instrumen berupa pembayaran APMK dari tahun ke tahun mengalami penurunan karena adanya pembayaran secara digital yang lebih mudah dilakukan dan dipahami masyarakat.
4. Hadirnya pembayaran secara Cashless perlahan mengubah pembayaran tunai, tetapi himbau untuk menghindari perihal penipuan, pencurian dan sebagainya.

1.3 Batasan Masalah

Suatu penelitian agar tidak terjadi perluasan pembahasan, maka adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini agar membantu dalam memfokuskan pembahasan penelitian. Maka terdapat batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu perkembangan pembayaran non tunai dilihat dari instrumen pembayaran berupa APMK dan faktor yang mempengaruhi Generasi Z melakukan Cashless Payment System pada Era Digital 4.0.

1.4 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, pokok masalah yang akan disajikan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan sistem pembayaran non tunai dilihat dari instrumen pembayaran berupa APMK pada Era Digital?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Generasi Z sehingga melakukan Cashless Payment System pada Era Digital?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Melakukan analisa ekonomi secara deskriptif tentang instrumen pembayaran APMK di Indonesia?
2. Melakukan analisa faktor untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi Generasi Z dalam melakukan Cashless payment system pada Era Digital?

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. **Akademik**

- a. Bagi Penulis, penelitian ini bermanfaat guna dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti tentang faktor utama yang mempengaruhi Generasi Z Indonesia dalam melakukan Cashless payment System dalam bertransaksi pada Era Digital 4.0.
- b. Bagi Mahasiswa, diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat dan melatih kemampuan mahasiswa agar memahami perubahan dunia global yang mendigital di Era 4.0.

2. Non kademik

- a. Bagi Pemerintah, diharapkan pemerintah untuk terus meningkatkan kualitas layanan Cashless Payment System di masa sekarang dan masa yang akan datang.
- b. Bagi masyarakat, setelah selesainya penelitian ini, diharapkan baik dari masyarakat dan Generasi Z dapat memahami lebih dalam mengenai pembayaran non tunai yang kedepannya akan mengalami perubahan seiring berkembangnya teknologi dan diharapkan masyarakat dapat menggunakan sistem pembayaran non tunai dengan baik dan benar.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Mikro

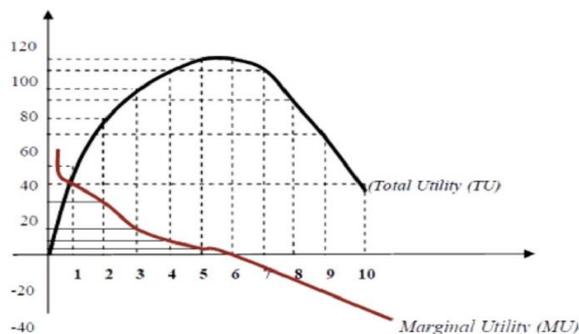
Perilaku konsumen adalah suatu proses aktivitas individu yang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan dalam menilai suatu barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal yang mendasari seorang konsumen membuat suatu keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Keller, 2008). Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan (Engel et al Sangadji & Sopiah, 2013). Perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan dan pembelian dan penentuan barang, jasa dan ide (Sangadji & Sopiah, 2013).

A. Teori Kardinal (Cardinal Theory)

Teori kardinal menyatakan kegunaan dapat dihitung secara nominal. Satuan ukuran kegunaan (utility) adalah util. Sebagaimana kita menghitung berat dengan gram atau kilogram, panjang dengan centi-meter atau meter. Satuan ukuran kegunaan (utility) adalah util. Keputusan untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa didasari oleh perbandingan antara pemanfaatan yang didapat dengan biaya yang harus dikeluarkan. Utilitas Total (TU) adalah sejumlah daya guna yang

diterima oleh pihak konsumen dalam kegiatan mengonsumsi suatu komoditi tertentu. Penambahan satu unit barang yang dikonsumsi disebut sebagai utilitas marjinal (MU). Total uang yang dikeluarkan untuk konsumsi yaitu jumlah unit barang dikalikan dengan harga per unit, untuk setiap unit tambahan konsumsi, tambahan biaya yang dikeluarkan harus sama dengan harga barang per unit (Manurung & Rahardja, 2008).

Fungsi utilitas kardinal adalah fungsi yang menggambarkan bagaimana suatu keranjang belanja lebih disukai dibanding keranjang belanja yang lain. fungsi utilitas kardinal berhubungan dengan nilai numerik keranjang belanja yang tidak bisa secara sembarangan dilipatgandakan tanpa mengubah perbedaan antara nilai berbagai keranjang belanja (Pindyck & Rubinfeld, 2012).



Gambar 2.1

Kurva Utilitas Total dan Utilitas Marjinal

Sumber: Manurung, 2008

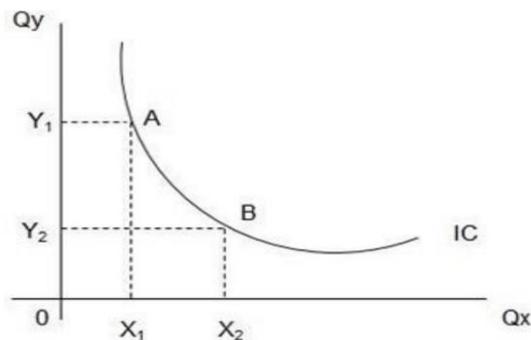
B. Teori Ordinal (Ordinal Theory)

Dalam teori ini menyebutkan bahwa tingkat kepuasan konsumen dalam mengonsumsi suatu barang tidak dapat diukur dengan satuan tetapi hanya bisa dibandingkan. Fungsi utilitas ordinal yaitu fungsi utilitas yang menghasilkan peringkat atas berbagai keranjang untuk mengurutkan keranjang belanja yang

paling disukai hingga yang paling tidak disukai (Pyndick & Rubinfeld, 2012). Dalam pendekatan ordinal membandingkan keputusan konsumen dengan menggunakan konsep pendekatan kurva indeferensi/ IC.

a. Kurva Indeferensi

Kurva indeferensi adalah kurva yang menunjukkan berbagai kombinasi konsumen dua macam barang yang memberikan tingkat kepuasan yang sama bagi seorang konsumen. Dengan tiga konsumsi mengenai referensi, diketahui bahwa konsumen selalu dapat mengidentifikasi adanya referensi pada satu keranjang belanja ketimbang keranjang belanja yang lainnga atau tidak peduli terhadap keduanya. Dengan ini dapat menggunakan informasi ini untuk menyusun seluruh kemungkinan pilihan konsumen (Manurung, 2008).



Gambar 2.2

Kurva Indeferensi

Sumber: Pyndick, 2012

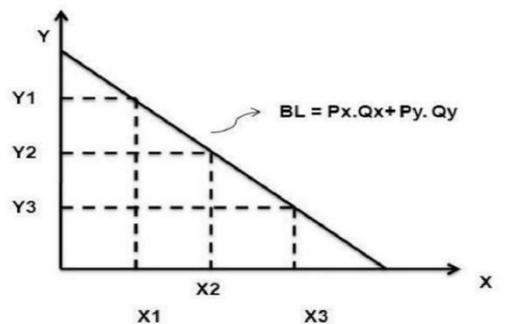
Dapat dilihat bahwa kurva indeferensi, memiliki kemiringan yang menurun, seperti contoh dalam mengkonsumsi dua barang, ketika jumlah Q_y mengikat disepanjang kurva maka jumlah konsumsi untuk Q_x akan menurun, kenyataan bahwa kurva indeferensi memiliki kemiringan yang menurun didasarkan pada asumsi bahwa lebih banyak barang lebih baik dibandingkan sedikit. Pada kurva

diatas, dimulai dari titik X1 dan beralih ke titik X2, dapat dilihat bahwa konsumen bersedia mengorbankan barang Qy dari Y1 beralih ke Y2 untuk mendapatkan barang tambahan dan begitu seterusnya.

b. Kendala Anggaran

Kendala Anggaran (Budgeted Line)

Garis anggaran (budgeted line) adalah kurva yang menunjukkan kombinasi dua macam barang yang membutuhkan biaya yang sama besar.



Gambar 2.3
Kurva Garis Anggaran (Budgeted Line)

Sumber : Manurung, 2008

Dimana : BL =Garis anggaran

P = Harga sebagai P (Px untuk X dan Py untuk Y)

Q = Jumlah barang yang dikonsumsi adalah Q (Qx untuk X dan Qy untuk Y), maka:

$$BL = P_x \cdot Q_x + P_y \cdot Q_y \dots\dots\dots(2-3)$$

Slope kurva BL adalah negatif, yang menunjukkan merupakan rasio Px dan Py.

Pada diagram diatas dapat dilihat bahwa OY sama dengan besarnya pendapatan (M) dibagi dengan harga Y, sedangkan OX sama dengan besarnya pendapatan (M) dibagi dengan harga X. Sehingga slope kurva garis anggaran adalah:

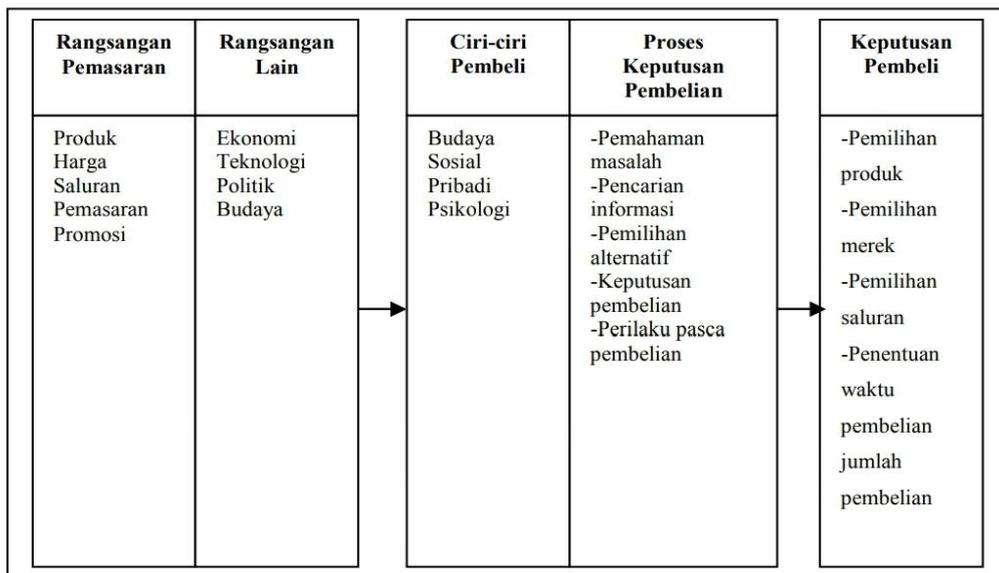
$$-(OY/OX) = -(1/P_y \cdot M) / (1/P_x \cdot M) = P_x / P_y \dots\dots\dots(2-4)$$

$$P_x.X_1 + P_y.Y_1 = P_x.X_2 + P_y.Y_2 = P_x.X_3 + P_y.Y_3$$

2.1.2 Perilaku Konsumen dalam Perspektif Manajemen

Pengetahuan terhadap perilaku konsumen tidaklah suatu hal yang ringan untuk dikerjakan individu, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi dan saling interaksi satu sama lainnya, maka dari itu pendekatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan terlebih dahulu harus benar-benar dirancang dengan sebaik mungkin dengan memperhatikan faktor-faktor yang terkait. Melainkan itu, pihak pemasar harus bisa memahami para konsumen, berusaha mempelajari bagaimana pihak konsumen berperilaku, bertindak, dan berfikir.

Menurut Assael (2001) perilaku konsumen merupakan bahan yang sangat penting untuk dipahami berkaitan dengan aktivitasnya terhadap suatu produk dan menjadi indikator seberapa jauh produk tersebut sukses di pasaran dengan melihat respon yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap produk tersebut.



Gambar 2.4 Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler & Keller 2008

A. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang tumbuh dewasa. Hal ini mencakup pengaruh yang diperoleh dari lapisan masyarakat seperti lingkungan yang berbeda akan memiliki penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap, dan selera yang berbeda terhadap individu, sehingga dalam pengambilan keputusan akan dipengaruhi faktor-faktor.

Menurut Kotker, Keller & Abraham (2006) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sebagai berikut:

1) Faktor Budaya

a. Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk memperoleh kumpulan nilai, persepsi, referensi, dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya.

b. Subbudaya

Masing-masing budaya terdiri dari sub-subnya yang lebih kecil dan lebih banyak ciri-ciri serta sosialisasi khusus bagi anggotanya. Sub-subnya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan daerah geografis.

c. Kelas Sosial

Pada dasarnya masyarakat memiliki strata sosial. Stratifikasi tersebut kadang-kadang berbentuk sistem kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah kenggotaan kasta mereka.

Kelas sosial adalah sebuah divisi dari masyarakat sesuai dengan pendapatan dan standar hidup. Setiap kelas sosial memiliki selera yang sama akan merek

produk, kualitas produk dan karakteristik ini berbeda dari anggota kelas sosial lainnya.

Kelas sosial diidentifikasi sebagai sebuah stratifikasi sosial atau divisi yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, tersusun secara hierarki dan mempunyai anggota yang berbagai nilai, minat, dan perilaku yang sama. Menurut Schiffman & Kanuk (2008), mengidentifikasi kelas sosial sebagai pembagian anggota masyarakat ke dalam suatu hierarki status sosial yang berbeda, sehingga para anggota setiap kelas secara relatif mempunyai status yang sama dan para anggota kelas lainnya mempunyai status yang lebih tinggi atau lebih rendah.

2) Faktor Sosial

a. Kelompok acuan

Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap maupun perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung dinamakan kelompok keanggotaan primer seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, yang berinteraksi dengan seseorang serta terus menerus dan informal. Saran dari kelompok ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian suatu individu. Selain itu terdapat kelompok sekunder, seperti kelompok keagamaan, profesional, dan asosiasi perdagangan, yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin. Kelompok acuan mengidentifikasi bagaimana seseorang atau kelompok yang menjadi acuan dapat mempengaruhi pilihan atau keputusan pembelian individu yang lain dan menjadikannya populer atau banyak diminati.

b. Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Pengaruh keluarga terhadap pembeli dapat terjadi secara signifikan. Pengaruh paling langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga *prokresi* yaitu, pasangan (suami atau istri) dan anak-anak.

c. Status Sosial

Kedudukan setiap orang dalam satu kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seorang. Masing-masing peran menghasilkan status. Dengan status yang dimilikinya di masyarakat, dapat dipastikan ia akan mempengaruhi pola sikap orang lain dalam hal ini berperilaku.

3) Faktor Pribadi

a. Usia dan tahap siklus hidup

Siklus hidup merupakan tahap di mana sikap konsumen dan kecenderungan perilaku berkembang, dan terjadi karena mengembangkan keuntungan, pengalaman, pendapatan, dan status.

b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Profesi atau pendapatan memiliki dampak pada produk yang dikonsumsi. Seseorang yang mempunyai penghasilan tinggi akan cenderung mengkonsumsi barang yang lebih mewah dengan harga yang tinggi.

c. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatan (opini) yang bersangkutan. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungannya. Bagaimana seseorang memperlihatkan identitas kehidupannya atau eksistensinya dalam suatu kelompok. Adanya keinginan untuk terlihat berbeda dengan yang lain, mengharuskan produk yang dipilih konsumen harus memiliki berbagai variasi, karena gaya hidup seseorang berbeda satu sama lain.

d. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian merupakan ciri-ciri psikologi membedakan seseorang, yang menyebabkan terjadinya jawaban yang secara relatif tetap dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Sedangkan konsep terdiri dari konsep diri ideal (bagaimana dia ingin memandang dirinya sendiri) dan konsep diri menurut orang lain (bagaimana pendapatnya tentang orang lain memandang dia).

4) Faktor Psikologi

a. Motivasi

Motivasi merupakan keadaan internal yang timbul untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan.

b. Persepsi

Persepsi merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Bagaimana seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi

tertentu juga bagaimana tanggapan individu tentang sesuatu yang sedang dipublikasikan atau dipromosikan.

2.1.3 Generasi Z

Manheim, (1952) Generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Generasi Z merupakan individu yang lahir setelah tahun 2000-sekarang. Pendapat populer tentang Gen Z percaya bahwa mereka sangat paham teknologi (bahkan lebih dari Millennial) karena mereka tidak pernah mengenal dunia tanpa smartphone dan media sosial (Zorn, 2017).

Yadav dan Rai (2017) menemukan generasi Z tumbuh dengan teknologi, khususnya teknologi internet. Generasi Z menggunakan teknologi internet untuk membuka jaringan komunikasi yang lebih luas melalui penggunaan media sosial. Generasi Z salah satu generasi yang banyak melakukan konsumsi secara online di internet. Generasi Z memiliki karakteristik yang realistis, pragmatis, dan independen. Generasi Z cenderung lebih nyaman untuk melakukan hal-hal yang bersifat kompetitif, aktif, responsif. Sebagai generasi yang lahir ke dunia melek akan teknologi, generasi Z selalu online di perangkat digital hampir tanpa berhenti. Generasi Z sebagai generasi influencer yang merupakan penduduk asli dari era digital sejak dini. Generasi yang sedini mungkin telah mengenal teknologi dan internet, generasi yang haus akan teknologi (Noordiono, 2017).

Menurut (Stillman & Stillman, 2008) Menguraikan tujuh sifat generasi Z sebagai berikut:

a) Digital

Generasi Z adalah generasi pertama yang lahir ke dunia dimana segala aspek fisik (manusia dan tempat) mempunyai ekuivalen digital. Bagi Gen Z, dunia nyata dan dunia virtual saling tumpah tindih. Virtual merupakan bagian dari realitas mereka.

b) Hiper-Kustomisasi

Generasi Z selalu berusaha keras dan mengidentifikasi dan melakukan kustomisasi atau penyesuaian identitas mereka sendiri agar dikenal dunia. Kemampuan mereka dalam mengustomisasi sesuatu menimbulkan ekspektasi bahwa perilaku dan keinginan mereka sudah sangat akrab untuk dipahami.

c) Realistis

Tumbuh sejak peristiwa 11 September, dengan terorisme menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari hidup melewati masa krisis berat sejak dini, telah membentuk pola pikir pragmatis dalam merencanakan dan mempersiapkan masa depan.

d) FOMO

Generasi Z sangat takut melewatkan sesuatu. Kabar baiknya, mereka selalu di barisan terdepan dalam tren dan kompetisi. Sementara kabar buruknya, generasi Z selalu khawatir mereka bergerak kurang cepat dan tidak menuju arah yang benar.

e) Weconomist

Dari Uber hingga Airbnb, generasi Z mengenal dunia dengan ekonomi berbagi. Generasi menekan kantor untuk memilah bagian-bagian eksternal dan internal guna mendayagunakan perusahaan dengan cara-cara baru yang praktis dan hemat biaya.

f) DIY

Generasi Z merupakan generasi do-it-yourself atau lakukan sendiri. Bertumbuh dengan Youtube, yang dapat mengajari mereka melakukan apa saja sendiri.

Terlebih lagi, mereka didorong oleh orang tua mereka yang berasal dari generasi X untuk tidak mengikuti jalur-jalur tradisional. Generasi Z sangat mandiri dan akan berbenturan dengan banyak budaya kolektif yang sebelumnya diperjuangkan para Millennial.

g) Terpacu

Dengan para orangtua yang mencecoki mereka bahwa partisipasi bukanlah penghargaan sesungguhnya serta bahwa ada pemenang dan pecundang, resesi yang membuat pendahulu mereka goyah, serta laju perubahan yang sulit dikejar, tak mengherankan generasi Z merupakan suatu generasi yang terpacu.

2.1.4 Teori Uang

Uang merupakan kebutuhan masyarakat yang paling dasar. Menurut Mankiw (2003) uang adalah persediaan aset yang bisa dengan segera digunakan untuk melakukan transaksi. Selain itu uang merupakan segala sesuatu yang dapat dipakai atau diterima untuk melakukan pembayaran baik barang, jasa maupun hutang uang mempunyai satu tujuan fundamental dalam sistem ekonomi, memudahkan pertukaran barang dan jasa, mempersingkat waktu dan usaha yang diperlukan untuk melakukan perdagangan.

Menurut Raharjo (2009) definisi uang secara lebih luas dengan memberikan pengertian bahwa uang adalah sesuatu yang siap (dicairkan) dan dapat diterima umum dalam transaksi, transaksi barang dan jasa, serta dapat diterima dalam pembayaran hutang.

1. Jenis Uang

a). Uang Kartal, terdiri dari uang kertas dan uang logam. Uang kartal adalah alat bayar yang sah dan wajib diterima oleh masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli sehari-hari.

Menurut Undang-Undang Bank Sentral Nomor 13 Tahun 1968 Pasal 26 ayat (1), Bank Indonesia mempunyai hak tunggal untuk mengeluarkan uang logam dan kertas. Jenis uang kartal kemudian dapat dibagi sebagai berikut:

Jenis uang kartal sebagai berikut:

- 1) Menurut lembaga yang mengeluarkannya.
- 2) Menurut bahan buaatannya, uang kartal dibagi menjadi dua jenis yaitu:
 - a. Uang Logam, yaitu terbuat dari emas dan perak yang memenuhi syarat-syarat uang yang efisien. Karena harga emas dan perak yang cenderung tinggi dan stabil, emas dan perak mudah dikenali dan diterima orang. Namun pada era ini, emas dan perak tidak dapat dipakai lagi sebagai uang karena jumlahnya yang sangat langka sehingga sulit didapatkan dalam jumlah yang besar.
 - b. Uang Kertas, uang yang terbuat dari kertas dengan gambar dan cap tertentu dan merupakan alat pembayaran yang sah. Uang kertas memiliki nilai karena sah nominalnya.
 - c. Uang Giral, uang giral tercipta akibat semakin mendesaknya kebutuhan masyarakat akan adanya suatu alat tukar yang lebih mudah, praktis dan aman.

A. Fungsi Uang

Menurut teori konvensional, uang dapat dilihat dari dua sisi, yaitu sisi hukum dan sisi fungsi. Secara hukum, uang adalah sesuatu yang dirumuskan oleh undang-

undang sebagai uang. Sedangkan secara sisi fungsi, uang adalah segala sesuatu yang menjalankan fungsinya sebagai uang.

Menurut Boediono, (1994:10) uang memiliki empat fungsi, dua diantaranya merupakan fungsi yang sangat mendasar dan dua lainnya sebagai fungsi tambahan sebagai berikut:

1. Alat Tukar (*means of exchange*)

Peranan uang sebagai alat tukar mensyaratkan bahwa uang tersebut harus diterima oleh masyarakat sebagai alat pembayaran. Artinya, si penjual barang mau menerima uang sebagai pembayaran untuk barangnya karena ia percaya bahwa uang tersebut juga diterima oleh barang lain (masyarakat umum) sebagai alat pembayaran apabila nanti memerlukan untuk membeli suatu barang.

2. Alat Penyimpanan Nilai/Daya Beli (*store of value*)

Terkait dengan sifat manusia sebagai pengumpul kekayaan. Pemegangan uang merupakan salah satu cara untuk menyimpan kekayaan. Kekayaan tersebut bisa dipegang dalam bentuk lain, seperti tanah, kerbau, berlian, emas, saham, mobil dan sebagainya. Syarat utama untuk ini adalah bahwa uang harus bisa menyimpan daya beli atau nilai.

3. Satuan Hitung (*unit of account*)

Sebagai satuan hitung, uang juga mempermudah tukar-menukar. Dua barang yang secara fisik sangat berbeda, seperti misalnya kereta api dan apel, bisa menjadi seragam apabila masing-masing dinyatakan dalam bentuk uang.

4. Ukuran Untuk Pembayaran Masa Depan (*standard for deferred payments*)

Sebagai ukuran bagi pembayaran masa depan, uang terkait dengan transaksi pinjam-meminjam atau transaksi kredit, artinya barang sekarang dibayar nanti atau

barang sekarang dibayar dengan uang nanti. Dalam hubungan ini, uang merupakan salah satu cara menghitung pembayaran masa depan tersebut.

2.1.5 Bank

Bank adalah suatu kegiatan yang mulai dari menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan sebagainya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan). Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya (Kasmir, 2008).

Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito. Biasanya sambil diberikan balas jasa yang menarik seperti, bunga dan hadiah sebagai rangsangan bagi masyarakat. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut. Fungsi bank sebagai berikut:

1. Menghimpun dana (*Finding*) dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dalam hal ini banyak bank sebagai tempat untuk menyimpan uang atau berinvestasi bagi masyarakat. Tujuan utama masyarakat menyimpan uang biasanya adalah untuk keamanan uangnya. Kemudian untuk melakukan invesatsi dengan harapan memperoleh bunga dari hasil simpananya. Tujuan lainnya ialah untuk memudahkan melakukan transaksi pembayaran, untuk melakukan investasi, bank menyediakan sarana yang disebut dengan simpanan. Secara umum jenis simpanan yang ada di bank adalah terdiri dari simpanan giro (*demand deposit*).

2. Menyalurkan dana (*lending*) ke masyarakat, dalam hal ini bank memberikan pinjaman (*credit*) kepada masyarakat. Dengan kata lain bank menyediakan dana bagi masyarakat yang membutuhkan. Pinjaman atau kredit yang diberikan dibagi dalam berbagai jenis sesuai dengan keinginan nasabah. Sebelum kredit diberikan, bank terlebih dahulu menilai apakah kredit tersebut layak diberikan atau tidak. Penilaian ini dilakukan agar bank terhindar dari kerugian akibat tidak dapat dikembalikannya pinjaman yang disalurkan bank dengan berbagai sebab. Jenis kredit yang biasa diberikan oleh hampir semua bank adalah seperti kredit investasi, kredit modal kerja atau kredit perdagangan.
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*service*) seperti pengiriman uang (*transfer*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (*clearing*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota dan luar negeri (*inkaso*), *letter of credit* (L/C), *safe deposit box* (SDB), bank garansi, *bank notes*, *travelers cheque* dan jasa-jasa lainnya. Jasa-jasa bank lainnya ini merupakan jasa pendukung dari kegiatan pokok bank yaitu menghimpun dan menyalurkan dana.

2.1.6 Sistem Pembayaran

Bank Indonesia dalam Undang-undang No. 23 Tahun 1999 yang menjelaskan tentang sistem pembayaran adalah suatu bentuk sistem yang digunakan untuk mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan berupa dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang terdiri atas sekumpulan ketentuan yang di dalamnya terkandung hukum, standar, prosedur dan mekanisme

teknis operasional pembayaran yang digunakan dalam melakukan pertukaran suatu nilai uang antara dua pihak dalam suatu wilayah negara maupun secara internasional dengan memakai instrumen pembayaran yang diterima dan disepakati sebagai alat pembayaran. (Muttaqin, 2000).

Komponen-komponen dalam sistem pembayaran yang saling berkaitan. (Fikri, 2014).

1. Kebijakan

Kebijakan adalah adanya peraturan dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak penerima pembayaran tersebut.

2. Kelembagaan/aturan

Kelembagaan/aturan adalah lembaga yang secara langsung atau tidak langsung yang berperan dalam meliputi sistem pembayaran.

3. Instrumen Pembayaran

Instrumen Pembayaran adalah sistem pembayaran yang diartikan berupa adanya alat media yang digunakan dalam sistem pembayaran.

4. Mekanisme Operasional

Mekanisme Operasional adalah sistem pembayaran yang memerlukan sistem mekanisme yang baik dalam bentuk operasional yang dapat melakukan pemindahan dana dari rekening ke rekening lainnya.

Semua komponen diatas memegang peranan penting dan wewenang dalam pelaksanaan sistem pembayaran yang dilakukan dalam memenuhi syarat dan tuntutan dari pihak penagih dan pelaku dalam terlaksananya sistem pembayaran yang aman, nyaman, handal, efisien dan praktis.

1. Peran Bank Indonesia dalam Sistem Pembayaran

Dalam UU No. 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia, disebutkan bahwa salah satu tugas Bank Indonesia sebagai bank sentral adalah menyelenggarakan, mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, yaitu dengan jalan memperluas, memperlancar, dan mengatur lalu lintas, pembayaran giral dan menyelenggarakan kliring antar bank sebagai regulator, fasilitator, dan katalisator pengembangan sistem pembayaran. Bank Indonesia terus berupaya meningkatkan efisiensi sistem pembayaran nasional dan memperkuat sistem pengawasan (*oversight*) sistem pengawasan dengan mewujudkan perlindungan konsumen sistem pembayaran di Indonesia.

2. Jenis Sistem Pembayaran

Secara garis besar sistem pembayaran di Indonesia terbagi menjadi 2 jenis, sebagai berikut:

A. Sistem Pembayaran Tunai (*cash based*)

Sistem pembayaran tunai yaitu sistem alat pembayaran yang menggunakan sejumlah uang kartal berupa uang kertas maupun logam yang dilakukan oleh dua orang dalam proses pertukaran, baik dalam bentuk benda maupun jasa.

Dari proses evolusi sistem pembayaran di Indonesia, mengantarkan suatu kebijakan bertransaksi dalam bentuk tunai yang berupa uang kartal (kertas dan logam). Tiga aspek pokok dari kebijakan tunai ini (Mangani, 2009) yaitu:

1. Pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap uang kartal dimana kebijakan tersebut mengarah pada kecukupan uang yang beredar di masyarakat sehingga tidak mengalami kekurangan uang dan dapat tersebar di masyarakat luas baik dalam bentuk pecahan maupun nominal. Terlebih lagi pula saat hari perayaan

tertentu yang cenderung membutuhkan uang banyak, Bank Indonesia akan menyediakan kebutuhan uang kartal tersebut secara tepat waktu.

2. Menjaga kualitas uang layak edar. Tentunya pergantian bahan dan bentuk uang yang semakin tahun diubah adalah salah satu bentuk Bank Indonesia menjaga kualitas uang tersebut. Kualitas kertas yang digunakan juga harus memenuhi syarat salah satunya tahan lama dan tidak mudah rusak. Apabila uang tersebut sudah rusak, maka Bank Indonesia wajib mengganti uang tersebut dalam bentuk baru sehingga uang tersebut tetap layak digunakan masyarakat luas.
3. Melakukan tindakan preventif serta represif dalam mengurangi peredaran uang palsu melalui sosialisasi mengenai ciri-ciri uang palsu. Upaya kedua yang dilakukan Bank Indonesia adalah meningkatkan sosialisasi 3D (Dilihat, Diraba, Diterawang) melalui iklan dari media cetak, media elektronik dan lain sebagainya. Upaya ketiga yaitu menyediakan sarana informasi tentang ciri-ciri uang asli dan palsu di kantor pusat Bank Indonesia ataupun media online misalnya *webside* bank Indonesia.

B. Sistem Pembayaran Non Tunai

Pada tanggal 14 Agustus 2014, Bank Indonesia meresmikan program barunya yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), gerakan ini ditujukan kepada masyarakat untuk mengenal sistem pembayaran yang baru dan mengajak masyarakat untuk beralih dari bertransaksi secara tunai menjadi non tunai.

Bank maupun lembaga bukan bank yang menerapkan sistem pembayaran non tunai turut menghadirkan alat transaksi non tunai itu sendiri yakni berupa kartu plastik. Kartu plastik tersebut juga memiliki jenisnya tersendiri, sebagai berikut:

1. Alat Pembayaran Menggunakan Kartu

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 11/11PBI/2009, tentang penyelenggaraan kegiatan APMK (Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu) adalah alat pembayaran yang berupa kartu kredit, kartu Automated Teller Machine (ATM) dan kartu debit.

a. Kartu Kredit

Kartu Kredit adalah APMK yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelian dan untuk melakukan penarikan tunai, dimana kewajiban pembayaran pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh acquirer atau penerbit, dan pemegang kartu berkewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu yang disepakati baik dengan pelunasan secara sekaligus (*charge card*) ataupun dengan pembayaran secara angsur. (www.bi.go.id)

b. Kartu Debet

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 14/2/PBI/2012, yang dimaksud dengan kartu debit adalah kartu APMK yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban pembayaran dan di taggung oleh pemegang kartu itu dan disimpan atau tabungan pemegang kartu kepada bank atau lembaga yang berwenang.

c. Kartu ATM

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 14/2/PBI/2012 Kartu ATM adalah APMK yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai, pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada Bank atau Lembaga selain Bank yang

berwenang untuk menghimpun dana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

d. Uang Elektronik (Electronic Money)

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 yang dimaksud dengan Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur (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.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

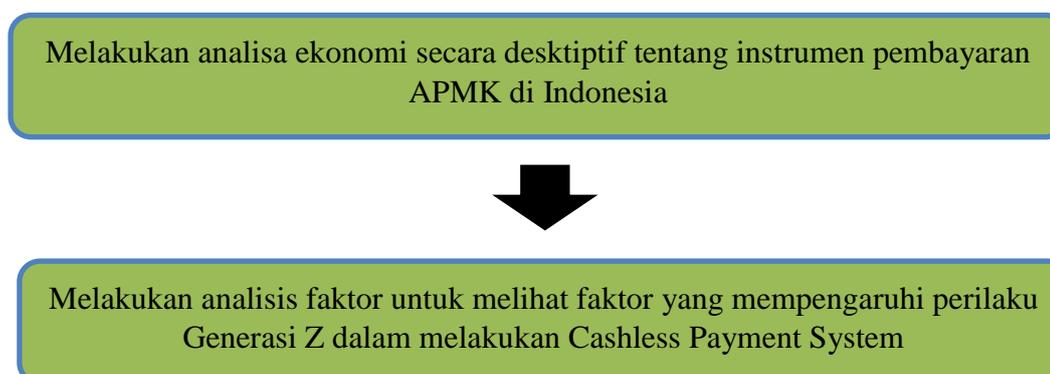
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Judul Peneliti	Variabel Peneliti	Hasil Penelitian
1	Muhammad Abdurrahim Suwandi dan Elvira Azis.SE.,MT (2018)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi E-Money Pada Generasi Millenial (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 IPB)	Intention to Use electronic Payment System, Culture, Perceived security, Performance expectancy, Effort expectancy and Social influence.	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel <i>perceived security</i> , <i>performance expectancy</i> , and <i>social influence</i> memiliki intention to use electronic payment system pada <i>e-money</i> .
2	Muhammad Faizun Ulurrosyad	Faktor-Faktor Dalam Menggunakan <i>E-Money</i>	Manfaat, Kemudahan, Risiko,	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel <i>kemudahan</i> dan

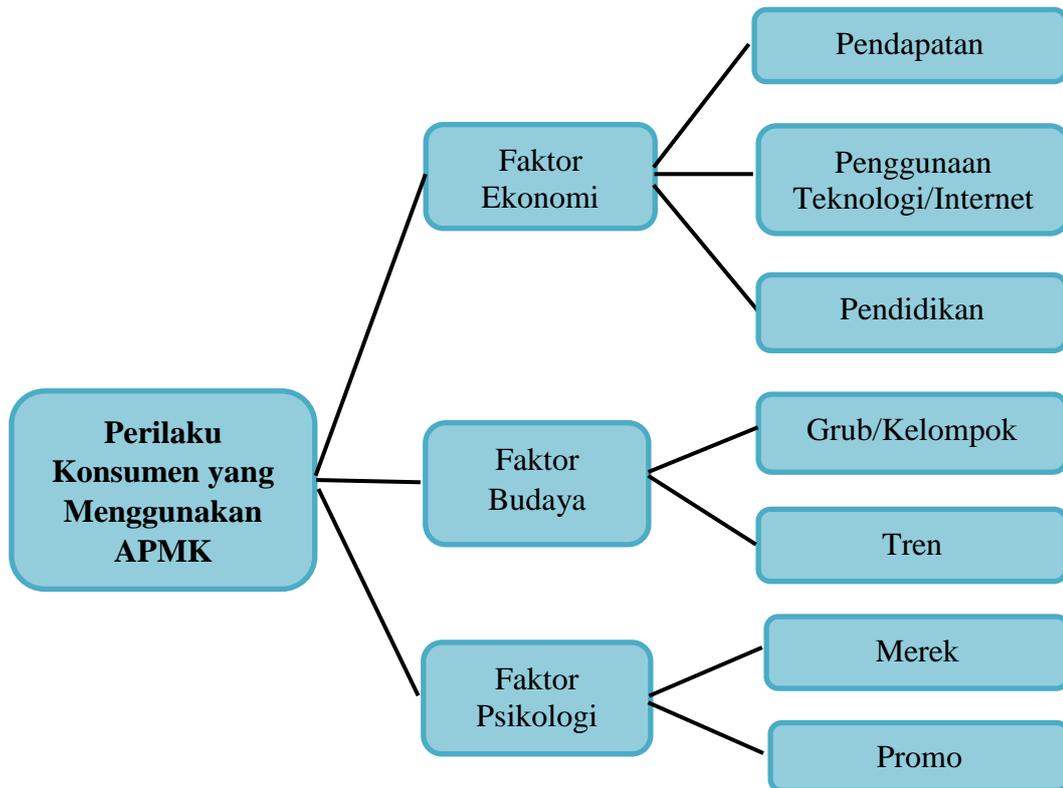
	dan Prabowo Yudo Jayanto (2020)	(Gopay) Pada Mahasiswa Muslim di Kota Semarang.	Akuntabilitas, Transaparansi.	variabel akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>E-Money</i> Gopay.
3	Ulfi Sheila, Ratn Ayu Dewi Lestary dan Nur Kholis (2020)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Terhadap Pengguna <i>E-Money</i> Sebagai Instrumen Pembayaran Non-Tunai.	Minat menggunakan e-money, Literasi keuangan, Keamanan, Kemampuan Financial.	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel literasi keuangan, keamanan dan kemampuan financial berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e-money</i> .
4	Muhammad Adit Musthofa, Rini Rahayu Kurniati dan Ratna Nikin Hardati (2020)	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital	Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi.	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa faktor budaya dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap pembayaran uang digital secara parsial.

2.3 Kerangka Penelitian

2.1.3 Alur Tahapan Penelitian



2.1.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2.5

Kerangka Konseptual Penelitian Model Analisa Faktor

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, landasan teori dan penelitian-penelitian terdahulu, maka didapat hipotesis sebagai berikut:

H1 : Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi generasi Z untuk melakukan Cashless payment system pada era digital.

BAB III

METODE PENELITIAN

4.1 Pendekatan Penelitian

Agar penelitian ini bisa serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan maka jenis penelitian yang dilakukan ini adalah jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif. Data yang disajikan adalah data cross section, data yang lebih dari satu. Variabel-variabel yang akan diamati adalah faktor yang mempengaruhi Generasi Z untuk melakukan Cashless Payment System.

4.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Keterangan	Sumber
1	Faktor Ekonomi	Pendapatan	Mengukur berapa pendapatan individu untuk menggunakan APMK.	Responden
		Penggunaan Teknologi/Internet	Mengukur seberapa jauh pengaruh penggunaan teknologi yang pesat.	
		Pendidikan	Mengukur pengaruh pendidikan di dalam keluarga dan lingkungan	
2	Faktor Budaya	Grup/Kelompok	Mengukur seberapa pengaruh dari grup/kelompok terhadap perilaku individu.	Responden
		Trend	Mengukur sejauh mana pengaruh dari trend yang banyak tersebar di lingkungan dengan menggunakan trend individu merasa	

			diakui orang lain dan mengikuti kekinian.	
3	Faktor Psikologi	Merek	Seberapa pengaruh berbagai merek terkenal yang mengubah prinsip individu, bahwa menggunakan barang yang bermerek terkenal merasa berbangga diri.	Responden
		Promo	Mengukur seberapa pengaruh promo yang ditawarkan perusahaan Cashless kepada konsumen untuk manarik minat konsumen.	

4.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan, Sumatera Utara.

b. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian dimulai pada Agustus 2022.

4.4 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dapat di ukur dalam skala numerik. Pada umumnya data kualitatif yang bersifat data ordinal yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kategori, namun posisi data tidak sama derajatnya karena dinyatakan dalam bentuk skala peringkat. Data kuantitatif adalah jenis data yang di

ukur dalam skala numerik. Pada umumnya data kuantitatif yang bersifat data nominal yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kategori.

b. Sumber Data

- 1) Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner/angket yang disebar kepada responden yang berisi serangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti, yang bertujuan memperoleh informasi yang dibutuhkan informasi yang relevan, serta informasi yang dibutuhkan secara serentak. Dalam penelitian ini kuesioner digunakan sebagai alat pendamping dalam mengumpulkan data.
- 2) Data sekunder, untuk melihat perkembangan jumlah instrumen pembayaran APMK yang diperoleh dari webside Bank Indonesia.

4.5 Populasi dan Sampel

4.5.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja yang berusia 18-25 tahun (Generasi Z) yang memiliki kartu ATM, Debet dan Kredit. Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian (Kuncoro, 2013).

4.5.2 Sampel

Penentuan sampel responden dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode ini digunakan untuk memilih sampel berdasarkan

penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Kuncoro, 2013). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 40 responden.

4.6 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengolahan data yang digunakan adalah kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan yang kemudian diisi oleh responden untuk mempermudah pengumpulan data dan efisiensi waktu. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Alat pengukuran yang digunakan untuk mengukur data-data yang akan dianalisis adalah menggunakan skala likert. Menurut Ghazali (2013) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut rincian bobot skala likert dalam penelitian ini:

1. Skor 1 - 4 = Tidak Tepat
2. Skor 5 - 8 = Tepat

4.7 Pengolahan Analisis Data

4.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan diukur. Suatu instrument yang dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, sedangkan validitas dan reliabilitas bertujuan untuk menguji apakah butir-butir pertanyaan dengan alat pengukur

(kuesioner) benar-benar bisa mengukur dan menunjukkan kehandalan suatu alat ukur tersebut. Rumus yang digunakan untuk mengukur uji validitas.

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r = korelasi antara x dan y

x = skor pertanyaan y = skor total pertanyaan

n = jumlah responden

Uji Validitas untuk menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus korelasi Produk Moment Person pada tingkat kepercayaan 90% ($\alpha = 0,05$). Validitas dilihat dari nilai korelasi (r) antara skor total dengan skor masing-masing pertanyaan. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r table pada tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$).

Sedangkan untuk Uji Reliabilitas, dilakukan perhitungan tentang teknik Cronbach alpha. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut memberi hasil yang tetap selama variabel yang di ukur tidak berubah. Secara umum, pertanyaan dinyatakan reliabel jika alpha lebih besar dari 0,6. Rumus dituliskan sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = jumlah ragam butir

σ_1^2 = jumlah ragam total 3.7.2

1.7.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (DBH, DAU, DAK fisik, DAK non fisik, DOK, DD) secara parsial terhadap variabel terikat (TK).

Nilai t dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\alpha_i}{se.\alpha_i} \dots\dots\dots(3-3)$$

dimana: α_i = koefisien regresi,

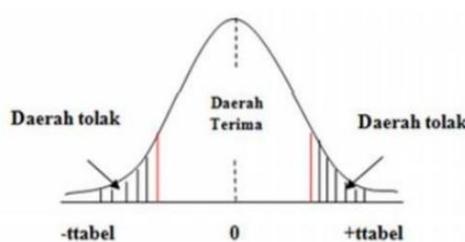
se = Standar eror

Dibandingkan dengan $ttabel = \pm t(\alpha/2, n - 1)$ Kriteria Uji: Terima H_0 jika $-ttabel < thitung < +ttabel$, hal lain tolak H_0

Atau dalam distribusi kurva normal t dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 3.1

Grafik Kriteria Pengujian Hipotesis



Atau dalam olahan software, dikatakan signifikan jika nilai sig $< \alpha = 5\%$.

4.8 Teknik Analisis Tujuan Penelitian

4.8.1 Analisis Deskriptif perkembangan Instrumen Pembayaran APMK di Indonesia

Metode analisis deskriptif merupakan suatu metode analisa sederhana yang dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi observasi dengan menyajikan dalam bentuk tabel, grafik, maupun narasi dengan tujuan memudahkan pembaca dalam menafsirkan hasil penelitian. Metode analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perkembangan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia.

4.8.2 Metode Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan metode analisis multivariat yang didasarkan pada korelasi antar variabel. Analisis faktor termasuk salah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk memberikan deskriptif yang relatif sederhana melalui reduksi jumlah variabel yang disebut faktor.

Analisis faktor merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mereduksi dan meringkas data. Analisis faktor dalam analisis multivariate tergolong analisis interdependensi (independence technique) dimana seluruh set hubungan yang interpendensi diteliti. Variabel yang berada dalam satu kelompok akan memiliki korelasi yang tinggi sedangkan variabel yang berbeda kelompok akan memiliki korelasi yang rendah.

Analisis faktor dipergunakan dalam kondisi sebagai berikut:

1. Mengenali atau mengidentifikasi dimensi yang mendasari (*underlying dimensions*) atau faktor, yang menjelaskan korelasi antara suatu set variabel.

2. Mengenali atau mengidentifikasi suatu set variabel baru yang tidak berkorelasi (*independent*) yang lebih sedikit jumlahnya.
3. Menggantikan suatu set variabel asli yang saling berkorelasi di dalam analisis multivariat selanjutnya.
4. Mengenali atau mengidentifikasi suatu set variabel yang penting dari suatu set variabel yang lebih banyak jumlahnya untuk dipergunakan dalam analisis multivariat selanjutnya.

Jika vektor acak (*random vector*) $X = X_1, X_2, X_3, \dots, X_p$ mempunyai vektor rata-rata μ dan matriks ragam peragam Σ , secara linear bergantung pada sejumlah faktor yang tidak teramati $F_1, F_2, F_3, \dots, F_m$ yang disebut faktor umum (*common factor*) dan $\varepsilon_1, \varepsilon_2, \varepsilon_3, \dots, \varepsilon_p$ yang disebut faktor khusus (*specific factors*).

Maka model dari analisis faktor adalah :

$$X_1 - \mu_1 = l_{i1} F_1 + l_{i2} F_2 + \dots + l_{im} F_m + \varepsilon_i$$

$$X_2 - \mu_2 = l_{i2} F_1 + l_{i2} F_2 + \dots + l_{im} F_m + \varepsilon_i$$

Dan jika dituliskan kedalam notasi matriks, maka bentuknya sebagai berikut :

$$X(px1) - \mu = l(pxm) F(mx1) + \varepsilon p$$

Keterangan:

X : vektor variabel asal

μ : vektor rata-rata variabel asal

l : matriks loading factor

F : vektor faktor bersama

ε : vektor faktor spesifik

Adapun model analisis faktor dalam penelitian ini sebagai berikut :

Perilaku konsumen yang menggunakan APMK = l_{i1} Faktor Ekonomi j + l_{i2} Faktor Budaya j + l_{i3} Faktor Psikologi j

Dimana :

Perilaku konsumen yang menggunakan APMK : Vektor variabel asal yang memiliki p komponen pada pengamatan yang ke- i .

Faktor Ekonomi : Faktor bersama (common factor) yang ke- j .

Faktor Budaya: Faktor bersama (common factor) yang ke- j .

Faktor Psikologi : Faktor bersama (common factor) yang ke- j .

l_{ij} : Bobot faktor (factor loading) dari perubahan ke- i dan faktor ke- j .

ε_i : Sisaan atau *error* dari perubahan ke- i (*specific factor*)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Perkembangan Teknologi di Era Digital

Perkembangan teknologi di era revolusi industri menjadi salah satu titik terang masyarakat dalam memanfaatkan teknologi dalam melakukan berbagai kegiatan. Penggunaan sistem-sistem teknologi yang bertajuk pada kecanggihan yang memberikan kesenangan dalam jejak sentuhan. Dewasa ini sistem teknologi banyak memberikan akses lebih luas dalam setiap kegiatan salah satunya kegiatan ekonomi yang banyak menggunakan internet untuk setiap melakukan kegiatan hal yang bersifat privat maupun publik. Perkembangan dunia teknologi saat ini maupun semakin pesat yang menuju ke arah serba digital. Era digital ini telah membuat manusia memasuki sebuah konteks gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba akan elektronik. Teknologi telah menjadi alat yang membantu kebutuhan manusia. Di Indonesia sendiri, sudah banyak perusahaan yang memanfaatkan teknologi dalam bisnisnya, mereka menawarkan aplikasi yang dapat digunakan masyarakat untuk mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, perkembangan teknologi di Indonesia juga mempermudah hal apapun seperti kalangan UMKM yang bisa melakukan promosi agar dapat dijangkau luas oleh konsumen di Indonesia bahkan luar Indonesia dengan menggunakan internet, kegiatan transaksi masa kini juga bisa menggunakan layanan internet yang berbasis aplikasi yang disediakan perusahaan pembayaran secara non tunai yang memudahkan kegiatan bertransaksi jarak jauh dan pembelian barang dan jasa secara online yang dapat masyarakat jumpai dalam beberapa fitur

perusahaan belanja online yang menyediakan berbagai barang di perusahaan ecommerce. Pada era perkembangan teknologi masa kini, ide rekayasa atau engineering yang dapat dimulai dari tempat yang kecil lalu berkembang menjadi lebih besar dan menjadi perusahaan yang memberikan dampak pada jutaan orang disekitarnya. Perkembangan teknologi yang semakin canggih dimasa kini bukan hanya disebabkan banyaknya tercipta ide-ide yang tumbuh, tetapi juga disebabkan adanya pertukaran sistem informasi yang cepat melalui search engine machine. sebab, adanya sebuah ruang untuk inovator-inovator baru yang menggantikan perusahaan sebelumnya dengan sebuah inovasi yang lebih baik sehingga tidak peduli seberapa kuat perusahaan lama itu bertahan, inovator baru atau pesaing baru akan selalu berumunculan seiring dengan perkembangan zaman.

4.2 Perkembangan Instrumen Pembayaran APMK di Indonesia

Sistem pembayaran non tunai di Indonesia mengalami perubahan dari masa ke masa, sistem inovasi-inovasi telah melahirkan beragam bentuk yang baru. Di Indonesia sistem pembayaran secara non tunai telah muncul dengan beberapa wujud yang menarik perhatian masyarakat. Perkembangan sistem pembayaran non tunai di Indonesia terus mengalami peningkatan, namun peningkatannya belum signifikan mengurangi dominasi pembayaran secara tunai di masyarakat. Kondisi itu terjadi karena pemahaman masyarakat terhadap instrumen pembayaran non tunai masih relatif rendah dan masih terbatasnya ketersediaan infrastruktur untuk mendukung transaksi non tunai. Upaya yang dilakukan untuk mendorong penggunaan non tunai menjadi peran penting untuk dilakukan mengingat banyak manfaat yang diperoleh dengan menggunakan transaksi non tunai seperti dari sisi kepraktisan, efisiensi, kemudahan akses serta mendukung perekonomian melalui

peningkatan *velocity of money*, serta membantu usaha pencegahan dan identifikasi kejahatan kriminal. Bank Indonesia sebagai otoritas sistem pembayaran terus bersinergi dan meminta komitmen berbagai dari pihak baik pemerintah pusat, pemerintah daerah, industri sistem pembayaran, maupun pihak yang lain melalui suatu kegiatan yang bersifat massive untuk mendorong masyarakat menggunakan sistem pembayaran dan instrumen non tunai dalam melakukan transaksi pembayaran, yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT).

Program GNNT direncanakan sebagai gerakan bersama seluruh otoritas, industri, dan lapisan masyarakat secara nasional untuk mewujudkan Less Cash Society melalui peringkatan penggunaan instrumen dan channel non tunai. Terwujudnya Less Cash Society akan memiliki banyak manfaat bagi Indonesia yaitu efisiensi ekonomi nasional, governance/transparansi pengelolaan keuangan pemerintah, layanan publik yang berkualitas dan lingkungan usaha yang ramah, dukungan human capacity development dalam rangka keuangan inklusif termasuk literasi keuangan. Pembayaran non tunai melibatkan jasa perbankan dalam pembayarannya. Bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat pada umumnya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran bagi nasabahnya. Jasa dalam lalu lintas pembayaran yang diberikan oleh bank tersebut antara lain melalui penerbit cek/bilyet giro untuk penarikan simpanan giro, transfer dana dari satu rekening simpanan kepada rekening simpanan lainnya pada bank yang sama atau pada bank yang berbeda, penerbitan kartu debit, penerbitan kartu kredit dan lainnya. Tugas Bank Indonesia di bidang sistem pembayaran mencakup sistem pembayaran tunai dan non-tunai sebagaimana diamanatkan oleh Undang-

Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 3 tahun 2004.

Pembayaran non tunai merupakan pembayaran yang dilakukan tanpa menggunakan uang tunai namun penggunaannya dengan berbasis ritel tertentu dalam bertransaksi, melainkan dengan menggunakan cek, atau bilyet giro (BG) dan alat pembayaran yang menggunakan berupa kartu (ATM, kartu kredit, kartu debit, dan Prabayar). Hal ini terlihat dengan ketersediaannya jasa pembayaran non tunai yang dilakukan bank maupun lembaga selain bank. Sistem pembayaran non tunai telah melibatkan lembaga perantara agar dana tersebut dapat benar-benar efektif berpindah dari pihak yang menyerahkan ke pihak penerima. Jika kedua pihak yang terlibat merupakan nasabah pada bank yang sama, maka proses perpindah dana lebih sederhana, dimana bank tersebut cukup melakukan proses pemindah bukan dari rekening yang satu ke rekening lainnya. Namun tidak demikian halnya jika kedua pihak merupakan nasabah bank yang berbeda. Untuk ini diperlukan suatu lembaga lain yang dikenal sebagai lembaga kliring untuk mengkomodir transaksi antar bank tersebut.

Adapun sistem pembayaran yang diselenggarakan pihak diluar Bank Indonesia salah satunya adalah APMK. Kegiatan alat pembayaran dengan menggunakan kartu (APMK) merupakan bagian dari perkembangan sistem pembayaran non tunai, yang termasuk dalam APMK ialah aktivitas penggunaan instrumen pembayaran menggunakan kartu seperti kartu ATM, kartu kredit, kartu debit. Transaksi pembayaran dengan menggunakan instrumen APMK pada saat ini bersifat account based, sehingga setelmen transaksi dilakukan pada level bank

dengan metode yang dipilih oleh masing-masing bank (penyelenggara) sesuai dengan skala operasional jaringannya.

Perkembangan jumlah APMK mengalami peningkatan dari tahun ke tahun baik disisi volume dan nilai transaksi. Perkembangan tersebut diprediksikan terus berlangsung sejalan dengan semakin beragamnya fasilitas/fungsi APMK. Kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat telah membantu sistem pembayaran dan keinginan perbankan untuk meningkatkan layanan kepada nasabah, penggunaan fungsi APMK menjadi lebih beragam. Penggunaan kartu ATM tidak hanya untuk melakukan kegiatan penarikan dana tunai atau pengecekan saldo namun juga dapat digunakan untuk melakukan berbagai jenis pembayaran (seperti pembayaran tagihan listrik dan telpon).

1. Cek

Cek merupakan sebagaimana yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD). Pengertian secara umum adalah surat yang berisi perintah tidak bersyarat oleh penerbit kepada bank yang memelihara rekening biro penerbit untuk membayarkan suatu jumlah uang tertentu kepada pemegang atau pembawa.

2. Bilyet Giro

Bilyet Giro merupakan surat perintah dari pihak nasabah kepada bank yang memelihara rekening biro nasabah (bank tertarik) untuk memindahkan sejumlah uang dari rekening yang bersangkutan kepada pihak penerima yang disebutkan namanya pada Bank yang sama atau bank lain. Penggunaan bilyet biro tidak diatur dalam KUHD melainkan dalam SK

No.28/32/KEP/DIR dan SE No.28/32/UPG tanggal 4 Juli 1995 tentang Bilyet Giro.

3. Kartu Kredit (*Credit Card*)

Kartu Kredit merupakan alat pembayaran yang sistem pembayarannya dengan berbasis kartu yang dilakukan kemudian. Dalam hal ini bank penerbit kartu memberikan kredit kepada nasabah pemegang kartu kredit dengan batas waktu dan tambahan bunga yang telah disepakati antara bank dan nasabah.

4. Kartu Debet (*Debet Card*)

Kartu debet merupakan salah satu transaksi pembayaran dengan menggunakan kartu debet akan mengurangi langsung saldo rekening pemegang kartu yang ada di bank penerbit. Jadi dalam hal ini tidak ada fasilitas kredit yang diberikan oleh penerbit oleh pemegang kartu. Sebagaimana halnya kartu kredit, mekanisme pembayaran dengan kartu debet juga memerlukan proses otorisasi serta ditambah dengan penggunaan PIN (Personal Identification Number) oleh pemegang kartu tersebut.

5. Uang Elektronik (*Electronic Money/E-Money*)

Uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunaannya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum digunakan untuk kegiatan bertransaksi. Ketika menggunakan uang elektronik, maka nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi yang telah dilakukan dan setelahnya dapat mengisi

kembali (top-up). Media yang digunakan untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa chip atau server. Penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis yang diharapkan dapat membantu memperlancar dan mempercepat kegiatan transaksi.

Dapat kita lihat perkembangan infrastruktur APMK Regional pada tiga tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 4.1
Perkembangan Infrastruktur APMK Regional di Indonesia Pada Tahun 2019-2021

No	Komponen	2019	2020	2021
1	Jumlah Merchant	661,080	934,648	1,008,618
2	Bali	28,032	43,578	57,819
3	Banten	42,252	60,061	78,394
4	Bengkulu	1,826	3,726	2,625
5	DI Yogyakarta	11,866	17,136	15,303
6	DKI Jakarta	220,732	281,983	281,902
7	Gorontalo	1,117	2,270	1,509
8	Jambi	4,586	6,922	5,875
9	Jawa Barat	103,486	149,706	181,953
10	Jawa Tengah	38,684	60,575	70,794
11	Jawa Timur	72,09	96,231	107,332
12	Kalimantan Barat	6,852	11,134	10,872
13	Kalimantan Selatan	5,359	8,091	7,701
14	Kalimantan Tengah	2,935	5,422	3,667
15	Kalimantan Timur	8,984	13,684	13,738
16	Kalimantan Utara	2	1,366	32
17	Kepulauan Bangka Belitung	2,303	4,669	3,214
18	Kepulauan Riau	7,922	10,806	11,564
19	Lampung	9,671	13,799	14,773
20	Maluku	1,008	2,551	1,659
21	Maluku Utara	393	1,573	832
22	Nanggroe Aceh Darusalam	3,746	5,380	3,109
23	Nusa Tenggara Barat	5,066	8,714	8,682
24	Nusa Tenggara Timur	1,800	2,853	2,250
25	Papua	2,169	3,680	3,356
26	Papua Barat	959	2,277	1,543

27	Riau	9,113	13,938	14,098
28	Sulawesi Barat	352	1,553	449
29	Sulawesi Selatan	14,101	19,945	18,916
30	Sulawesi Tengah	2,640	3,955	2,520
31	Sulawesi Tenggara	2,432	4,253	2,374
32	Sulawesi Utara	5,322	6,884	8,142
33	Sumatera Barat	5,387	8,618	8,625
34	Sumatera Selatan	13,247	21,007	24,294
35	Sumatera Utara	24,655	35,308	38,702

Sumber: Bank Indonesia (data diolah)

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa hasil infrastruktur APMK regional pada tahun 2019-2021 jumlah merchant di seluruh Indonesia, paling banyak dari tahun ke tahun terdapat di provinsi DKI Jakarta sebesar 281,902 triliun di tahun 2021. Hal ini banyaknya merchant yang tersedia di DKI Jakarta yang tersebar luas. Penggunaan APMK di Indonesia tidak diragukan lagi, banyak masyarakat yang sudah menggunakan APMK untuk segala kegiatan dimana penggunaan APMK sangat membantu dan terbilang mudah untuk dilakukan dimanapun dengan mencari gerai ATM yang tersedia di berbagai wilayah, tidak hanya itu ATM sistem digital dengan melalui telepon selular yang juga mudah dilakukan dengan mengisi saldo terlebih dahulu kemudian bisa melakukan transaksi untuk berbagai hal yang diinginkan. Berdasarkan laporan dari Bank Indonesia pengguna APMK salah satu pendorong untuk masyarakat mulai percaya dengan pembayaran secara cashless, dengan hal ini masyarakat tidak perlu membawa uang fisik dengan jumlah yang besar, cukup dengan menggunakan sistem pembayaran berbasis kartu yang sudah terisi dengan saldo terlebih dahulu di dalam ATM milik.

Dapat kita lihat dari tabel perkembangan kartu kredit dalam sepuluh tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 4.2
Perkembangan Pembayaran Instrumen/Kartu Kredit di
Indonesia Tahun 2012-2021

Tahun	Jumlah Kartu/Instrumen	Volume Transaksi	Nominal Transaksi
2012	14.82	221,58	201,841
2013	15.09	239,099	223,37
2014	16.04	254,32	255,057
2015	16.86	281,326	280,544
2016	17.41	305,052	281,021
2017	17.24	327,378	297,761
2018	17.28	338,348	314,294
2019	17.49	349,212	342,683
2020	16.94	274,682	238,904
2021	16.51	281,901	244,516

Sumber: Bank Indonesia (data diolah)

Dari gambar diatas, dapat kita lihat perkembangan instrumen pembayaran non tunai menggunakan kartu kredit dari tahun 2012 hingga 2018 mengalami kenaikan, hal ini dikarenakan masyarakat banyak yang sudah memiliki dan menggunakan kartu kredit. Pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan dalam penggunaan kartu kredit, tetapi jumlah volume transaksi dan nominal transaksi di tahun 2021 mengalami kenaikan dibandingkan pada tahun 2020. Dari tahun ke tahun pengguna kartu kredit mengalami penurunan salah satu hal adanya pembayaran secara digital yang lebih mudah diakses tanpa harus ke ritel dalam bertransaksi. Dilihat dari perkembangan teknologi yang semakin mendigital peranan pembayaran berupa kartu kredit semakin banyak masyarakat yang sudah beralih menggunakan pembayaran yang berrbasis digital. Masyarakat pada umumnya memiliki kepercayaan bahwa pembayaran menggunakan kartu kredit akan dapat meningkatkan efisiensi dalam sistem pembayaran yang juga akan menunjang aktivitas kehidupan masyarakat Indonesia.

Tabel 4.3**Perkembangan Pembayaran Instrumen/Kartu ATM +
ATM/Debet di Indonesia tahun 2009-2021**

Tahun	Jumlah Kartu Instrumen		Volume Transaksi	Nilai Transaksi
	Kartu ATM	Kartu ATM + Debet		
2009	3.38	41.15	1,561,162	1,811,496
2010	2.77	48.87	1,812,076	2,001,853
2011	3.62	59.76	2,262,299	2,477,041
2012	4.53	73.22	2,824,108	3,065,080
2013	6.29	83.17	3,461,150	3,797,370
2014	7.19	98.64	4,077,696	4,445,073
2015	7.33	112.95	4,574,388	4,897,794
2016	8.36	127.79	5,196,512	5,623,913
2017	8.82	155.66	5,693,227	6,200,438
2018	8.85	152.48	6,407,311	6,926,819
2019	8.98	174.45	7,026,963	7,474,824
2020	9.50	204.10	6,658,533	6,916,875
2021	5.00	221.30	7,241,115	7,677,185

Sumber :Bank Indonesia (Data diolah)

Dari data diatas dapat dilihat perkembangan instrumen/kartu penggunaan baik kartu ATM maupun kartu ATM + debet dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang cukup baik dimana penggunaan APMK berupa kartu ATM dan debet masih banyak digemari masyarakat dalam melakukan kegiatan bertransaksi dan menyimpan dana. Di Indonesia banyak jenis kartu ATM maupun Debet tersebar luas dengan berbagai merek yang memiliki kelebihan dan keunikan yang ditawarkan perusahaan. Masyarakat dapat menentukan keinginan serta pilihan sendiri terhadap jenis ATM seperti apa yang mereka inginkan. Pada tahun 2020 hingga tahun 2021 perkembangan ATM dan Debet semakin mengalami kenaikan sama halnya sesuai dengan data yang di publis oleh Bank Indonesia.

Kepercayaan masyarakat akan ATM dan Debet merupakan titik tumpu untuk menumbuhkan rasa percaya masyarakat dan yang menyebarkan luaskan

pengguna APMK semakin banyak, hadirnya APMK membantu memudahkan kegiatan masyarakat lebih efisien serta praktis dalam kegiatan bertransaksi dan menyimpan dana yang sewaktu-waktu ingin diambil di rekening.

4.2 Analisis Faktor

4.2.1 Deskriptif Profil Responden

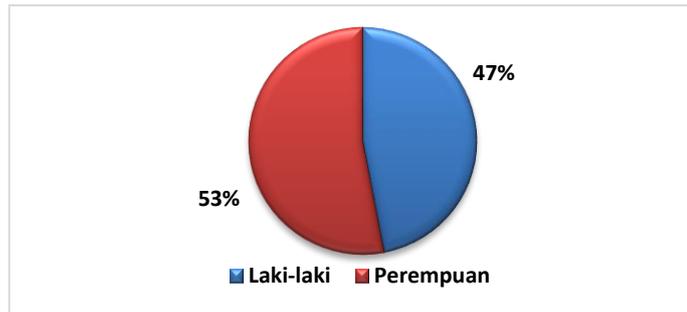
Responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah kelompok Generasi Z di Kota Medan yang menggunakan APMK. Responden yang digunakan sebagai sampel penelitian sebanyak 40 orang. Melalui kuesioner maka di peroleh daftar data responden. Berikut ini adalah penjelasan dan analisis mengenai hasil jawaban kuesioner dan juga gambaran responden yang menjawab kuesioner.

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti akan mengemukakan dahulu tentang gambaran karakteristik responden yang menjadi sampel pada penelitian ini yang meliputi Jenis Kelamin, Usia, Jenis Pekerjaan, Tingkat Pendapatan, Jenis APMK yang digunakan, dan Berapa kali rata-rata penggunaan APMK dalam sebulan. Berdasarkan tanggapan responden dari data kuesioner yang terkumpul, maka hasil dari identifikasi karakteristik responden adalah sebagai berikut:

Data penelitian diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada seluruh responden yang berjumlah 40 orang. Hasil kuesioner dapat dilihat pada Gambar sebagai berikut:

4.2.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin

Dari 40 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dilakukan pembedaan terhadap jenis kelamin responden. Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan dalam diagram dan tabel sebagai berikut:



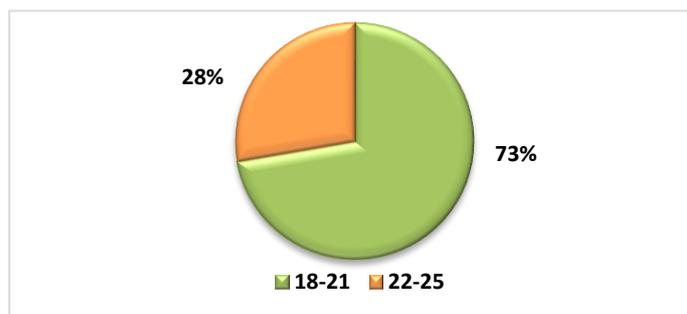
Gambar 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin

Sumber: Kuesioner, data diolah

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini dari 40 responden didominasi oleh perempuan yaitu sebesar 53% dengan frekuensi sebanyak 21 orang, sedangkan laki-laki sebesar 47% dengan frekuensi sebanyak 19 orang.

4.2.1.2 Responden berdasarkan usia

Berdasarkan dari 40 responden yang dilakukan pada Generasi Z yang berusia dari 18-25 tahun. Berikut tampilan responden berdasarkan usia ditampilkan dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia

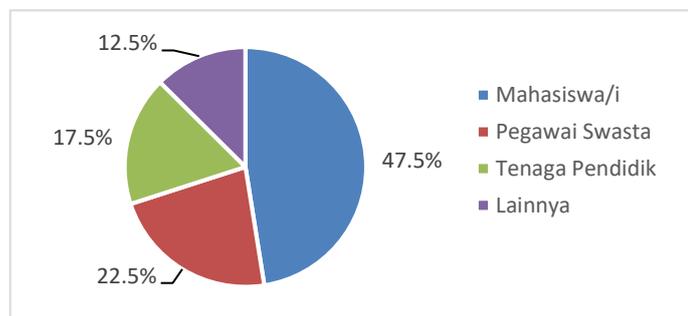
Sumber: Kuesioner, data diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari data yang diperoleh dalam penelitian sebanyak 40 responden yang terbanyak yaitu usia dari 18-21 tahun dengan sebesar

73% atau sebanyak 21 responden, dan usia 22-25 tahun sebesar 28% atau sebanyak 19 responden.

4.2.1.3 Responden berdasarkan pekerjaan

Responden dikategorikan menjadi beberapa kelompok berdasarkan tingkat pendapatan yang diperoleh responden dalam satu bulan. Kelompok responden berdasarkan tingkat pendapatan disajikan dalam gambar sebagai berikut:



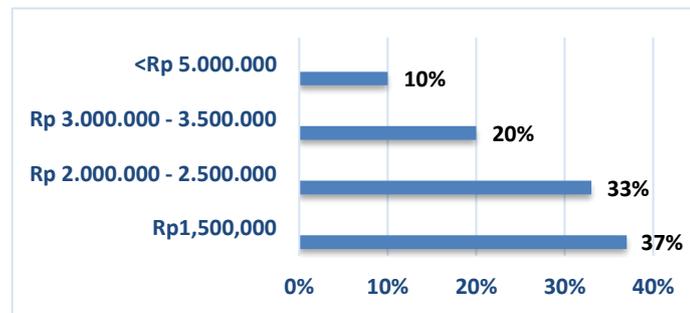
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis pekerjaan

Sumber: Kuesioner, data diolah

Dari data diatas, responden yang laing banyak dominan berasal dari Mahasiswa/i yaitu sebesar 47,5% atau sebanyak atau sebanyak 19 orang. Hal ini berarti responden pada Mahasiswa/i merupakan responden yang lebih banyak menggunakan APMK, dimana kebutuhan mereka lebih tinggi, Kemudian Pegawai Swasta 22,5% atau sebanyak 9 orang, kemudian Tenaga Pendidik sebesar 17,5% atau sebanyak 7 orang dan pekerjaan lainnya sebesar 12,5% atau sebanyak 5 responden.

4.2.1.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Responden dikategorikan menjadi beberapa kelompok berdasarkan tingkat pendapatan yang diperoleh responden selama satu bulan. Kelompok responden berdasarkan tingkat pendapatan disajikan dalam gambar sebagai berikut:



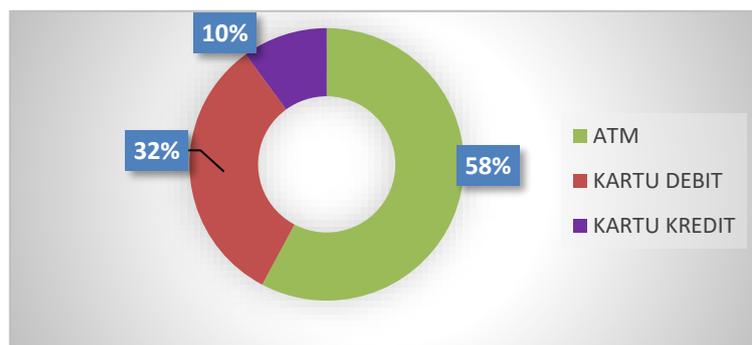
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Sumber: Kuesioner, data diolah

Berdasarkan tabel diatas, responden yang berpendapatan Rp 1.500.000 sebesar 37% atau sebanyak 15 responden, pendapatan Rp 2.000.000-2.500.000 sebesar 33%, atau sebanyak 13 responden selanjutnya responden yang berpendapatan Rp 3.000.000-3.500.000 sebesar 20% atau sebanyak 8 responden. Kemudian responden yang berpendapatan Rp 5.000.000 sebesar 10% atau sebanyak 4 responden.

4.2.1.5 Responden berdasarkan jenis APMK yang sering digunakan

Adapun hasil penelitian ini dari 40 responden yang memilih menggunakan jenis APMK seperti ATM, kartu debit dan kartu kredit dalam diagram sebagai berikut:



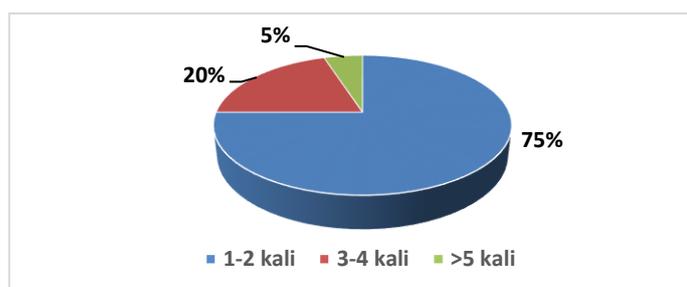
Gambar 4.5 Responden Jenis APMK yang sering digunakan

Sumber: Responden, data diolah

Dari data diatas, responden yang sering menggunakan APMK dapat dibagi menjadi tiga jenis. Pengguna APMK paling dominan terbanyak berupa ATM sebesar 58% atau sebanyak 23 responden, hal ini karena untuk mengambil dana/saldo dan menabung di rekening. Kemudian pengguna kartu debit sebanyak 32% atau sebanyak 13 responden dan selanjutnya responden yang paling sedikit menggunakan kartu kredit sebesar 10% atau sebanyak 4 responden, hal ini bagi generasi Z yang sudah memiliki pekerjaan tetap dan bisa membiayai dirinya sendiri.

4.2.1.6 Responden berdasarkan berapa kali rata-rata menggunakan APMK dalam sebulan

Dalam penelitian ini responden telah memilih beberapa kategori dalam pemakaian APMK dalam sebulan yang ddpadit dilihat dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 4.6 Responden Berapa Kali Rata-rata Menggunakan APMK dalam Sebulan

Sumber: Responden, data diolah

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa responden paling dominan menggunakan APMK rata-rata dalam sebulan sebanyak 1-2 kali sebesar 75% atau sebanyak 30 responden. Kemudian menggunakan APMK rata-rata 3-4 kali sebesar 20% atau sebanyak 8 responden dan lebih dari >5 kali rata-rata yaitu sebesar 5% atau sebanyak 2 responden.

4.2.2 Hasil Penelitian Analisis SEM-PLS

4.2.2.1 Convergent Validity

Converge validity merupakan salah satu dari pengukuran model pada indikator yang bersifat reflektif. Dimana dilihat dari skor butir pertanyaan dengan kontaktruknya atau melalui *loading factor* pada masing-masing indikator konstruk. Adapun parameter dalam menetapkan bahwa nilai *converge validity* layak/terpenuhi dapat dilakukan dengan melihat nilai ruler of thumb, dimana nilai *loading factor* lebih besar dari 0,60-0,70, namun dapat juga diterima rentang *loading factor* lebih besar dari 0,50 – 0,60 (Ghozali dan Latan, ali dan Latan, 2012:74). Berdasarkan hasil analisis data pada *converge validity* pada indikator-indikator masing-masing variabel, dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Convergent Validity Pada Penggunaan APMK

Dalam indikator konstruk pada variabel Y Penggunaan APMK berjumlah 4 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *converge* nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Convergent Validity Penggunaan APMK

Indikator	Loading Factor	Rule Of Thumb	Keterangan
Y_PA1	0,920	0,70	Memenuhi
Y_PA2	0,911	0,70	Memenuhi
Y_PA3	0,123	0,70	Tidak Memenuhi
Y_PA4	0,157	0,70	Tidak Memenuhi

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dalam variabel Penggunaan APMK dengan 4 indikator pertanyaan hanya terdapat 2 indikator pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria yaitu pada pertanyaan yang pertama “Penggunaan APMK menyimpan data pribadi pengguna yang bersifat rahasia” dengan nilai 0,123 dan pertanyaan keempat dengan pertanyaan “Bertransaksi menggunakan APMK lebih praktis dan efisien” dengan nilai 0,157 dimana kedua nilai tersebut lebih kecil dari nilai Rule Of Thumb 0,70.

2. Convergent Validity Faktor Ekonomi

Indikator konstruk pada variabel Faktor Ekonomi berjumlah 6 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai convergent validity melalui loading factor pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5
Convergent Validity Faktor Ekonomi

Indikator	Loading Factor	Rule Of Thumb	Keterangan
X1_FE1	0,095	0,70	Tidak Memenuhi
X1_FE2	0,737	0,70	Memenuhi
X1_FE3	0,505	0,70	Tidak Memenuhi
X1_FE4	0,851	0,70	Memenuhi
X1_FE5	0,890	0,70	Memenuhi
X1_FE6	0,821	0,70	Memenuhi

Sumber :Data Hasil Pengolahan PLS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa didalam variabel Faktor Ekonomi dengan 6 indikator pertanyaan hanya terdapat 2 indikator pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria yaitu pada pertanyaan pertama yaitu “Semakin tinggi tinggi pendapatan individu, maka semakin tinggi tingkat konsumsi” dengan nilai 0,095 dan pertanyaan pertanyaan ketiga dengan pertanyaan “Menggunakan internet dalam melakukan transaksi cashless lebih cepat, fleksibel dan efisien” dengan nilai 0,505 dimana nilai kedua tersebut lebih kecil dari Rule Of Thumb 0,70.

3. Convergent Validity Faktor Budaya

Indikator konstruk pada variabel Faktor Budaya berjumlah 6 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai convergent validity melalui loading factor pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6
Convergent Validity Faktor Budaya

Indikator	Loading Factor	Rule Of Thumb	Keterangan
X2_FB1	0,794	0,70	Memenuhi
X2_FB2	0,946	0,70	Memenuhi
X2_FB3	0,911	0,70	Memenuhi
X2_FB4	0,601	0,70	Tidak Memenuhi
X2_FB5	0,131	0,70	Tidak Memenuhi
X2_FB6	0,122	0,70	Tidak Memenuhi

Sumber: Data Hasil pengolahan PLS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dalam variabel Faktor Budaya dengan 6 indikator pertanyaan hanya terdapat 3 indikator pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria yaitu pada pertanyaan keempat yaitu “ Perubahan global berupa pembayaran secara cashless salah satu bentuk menciptakan fenomena tren baru dikalangan masyarakat” dengan nilai 0,601, pertanyaan kelima yaitu “Tren penggunaan APMK membuat individu lebih kekinian dan tidak tertinggal dengan

kemajuan teknologi” dengan nilai 0,131 dan pertanyaan keenam yaitu “Mengikuti tren penggunaan APMK salah satu bentuk ketika keinginan untuk dilihat orang lain berdasarkan penampilan” dengan nilai 0,122 dimana ketiga nilai tersebut lebih kecil dari Rule Of Thumb 0,70.

4. Convergent Validity Faktor Psikologi

Indikator konstruk pada variabel Faktor Psikologi berjumlah 6 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai convergent validity melalui loading factor pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7
Convergent Validity Faktor Psikologi

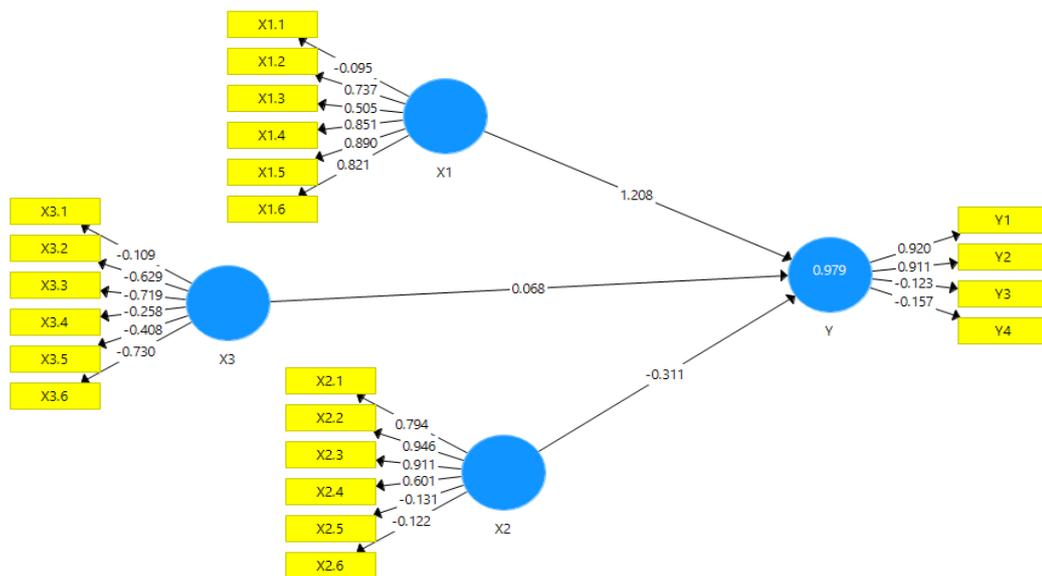
Indikator	Loading Factor	Rule Of Thumb	Keterangan
X3_FP1	0,109	0,70	Tidak Memenuhi
X3_FP2	0,692	0,70	Tidak Memenuhi
X3_FP3	0,719	0,70	Memenuhi
X3_FP4	0,258	0,70	Tidak Memenuhi
X3_FP5	0,408	0,70	Tidak Memenuhi
X3_FP6	0,730	0,70	Memenuhi

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS

Dari data diatas dapat diketahui variabel Faktor Psikologi dengan 6 indikator pertanyaan hanya terdapat empat indikator pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria yaitu pada pertanyaan pertama yaitu “Menggunakan APMK yang banyak digunakan teman/keluarga” dengan nilai 0,109, pertanyaan kedua dengan pertanyaan yaitu “Melakukan pembayaran secara cashless dengan merek kekinian agar berbangga diri dan diakui high class oleh orang lain” dengan nilai 0,692, pertanyaan keempat yaitu “Promo yang tersedia di APMK merupakan salah satu aspek pendorong individu menggunakan APMK” dengan nilai 0,248 dan pertanyaan kelima yaitu “Menggunakan APMK untuk mendapatkan promo ketika

ingin melakukan kegiatan transaksi” dengan nilai 0,408 dimana keempat nilai tersebut lebih kecil dari Rule Of Thumb 0,70.

Adapun hasil evaluasi model pengukuran pada masing-masing indikator konstruk dari convergent validty melalui loading factor juga dikemukakan pada gambar dibawah ini:



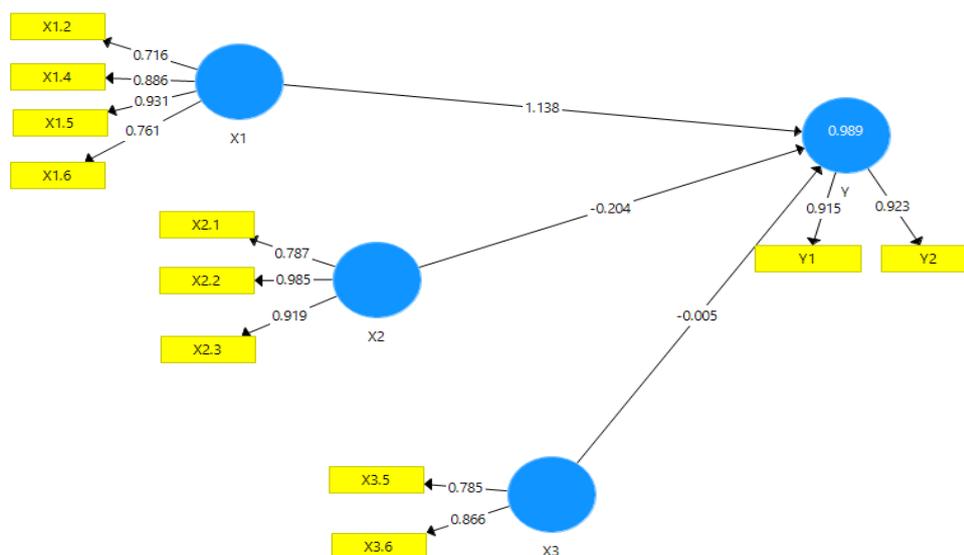
Gambar 4.7 First Outer Loading

Berdasarkan tabel convergent validty indikator konstruk pada masing-masing variabel, maka dapat di kemukakan bahwa untuk indikator konstruk pada variabel Penggunaan APMK yang tidak memenuhi nilai loading factor yaitu “Penggunaan APMK menyimpan data pribadi pengguna yang bersifat rahasia” dan “Bertransaksi menggunakan APMK lebih praktis dan efisien”. Pada variabel Faktor Ekonomi yang tidak memenuhi nilai loading factor yaitu ada 2 indikator pertanyaan yang pertama yaitu “Semakin tinggi tinggi pendapatan individu, maka semakin tinggi tingkat konsumsi” dan yang kedua “Menggunakan internet dalam melakukan

transaksi cashless lebih cepat, fleksibel dan efisien”. Pada variabel Faktor Budaya yang tidak memenuhi nilai loading factor ada 3 indikator pertanyaan yang pertama yaitu “Perubahan global berupa pembayaran secara cashless salah satu bentuk menciptakan fenomena tren baru dikalangan masyarakat” yang kedua “Tren penggunaan APMK membuat individu lebih kekinian dan tidak tertinggal dengan kemajuan teknologi” dan yang ketiga “Mengikuti tren penggunaan APMK salah satu bentuk ketika keinginan untuk dilihat orang lain berdasarkan penampilan”. Pada variabel Faktor Psikologi yang tidak memenuhi nilai loading factor ada 4 indikator pertanyaan yang pertama yaitu “Menggunakan APMK yang banyak digunakan teman/keluarga” pertanyaan kedua yaitu “Melakukan pembayaran secara cashless dengan merek kekinian agar berbangga diri dan diakui high class oleh orang lain” ketiga yaitu “Promo yang tersedia di APMK merupakan salah satu aspek pendorong individu menggunakan APMK” keempat “Menggunakan APMK untuk mendapatkan promo ketika ingin melakukan kegiatan transaksi”.

Ketentuan dalam analisis convergent validity, jika nilai loading factor tidak terpenuhi maka indikator konstruk dibuang dan dilakukan analisis convergent validity kembali.

Adapun hasil analisis convergent validity setelah indikator-indikator konstruk yang tidak memenuhi nilai loading factor dibuang dapat dikemukakan pada gambar berikut ini:



Gambar 4.8 Second Outer Loading

Hasil model pengukuran convergent validty pada tahap kedua pada indikator konstruk ,masing-,masing variabel dapat dikemukakan pada tabel sebagai berikut:

1. Convergent Validity Pada Penggunaan APMK

Indikator konstruk pada variabel Penggunaan APMK setelah indikator konstruk yang tidak memenuhi nilai loading factor dibuang, maka berjumlah 2 (dua) indikator konsruk. Berdasarkan hasil nilai analisis data diperoleh nilai convergent validty melalui loading factor pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Convergent Validty Penggunaan APMK

Indikator	Loading Factor	Rule Of Thumb	Keterangan
Y_PA1	0,915	0,70	Memenuhi
Y_PA2	0,923	0,70	Memenuhi

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS

Berdasarkan hasil data diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel Penggunaan APMK dengan 2 indikator pertanyaan Tidak terdapat indikator pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria, semua sesuai dengan nilai loading faktor masing-masing berada diatas dari nilai Rule of Thumb 0,70.

2. Convergent Validity Faktor Ekonomi

Indikator konstruk pada variabel Faktor Ekonomi setelah indikator konstruk yang tidak memenuhi nilai loading factor dibuang, maka berjumlah 4 (empat) indikator konstruk. Berdasarkan hasil nilai analisis data diperoleh nilai convergent validty melalui loading factor pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Convergent Validty Faktor Ekonomi

Indikator	Loading Factor	Rule Of Thumb	Keterangan
X1_FE2	0,716	0,70	Memenuhi
X1_FE4	0,886	0,70	Memenuhi
X1_FE5	0,931	0,70	Memenuhi
X1_FE6	0,761	0,70	Memenuhi

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel Faktor Ekonomi dengan 4 (empat) indikator pertanyaan Tidak terdapat indikator pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria, semua sesuai dengan nilai loading faktor masing-masing berada diatas dari nilai Rule of Thumb 0,70.

3. Convergent Validity Faktor Budaya

Indikator konstruk pada variabel Faktor Budaya setelah indikator konstruk yang tidak memenuhi nilai loading factor dibuang, maka berjumlah 3 (tiga)

indikator konstruk. Berdasarkan hasil nilai analisis data diperoleh nilai convergent validty melalui loading factor pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Convergent Validity Faktor Budaya

Indikator	Loading Factor	Rule Of Thumb	Keterangan
X3_FB1	0,787	0,70	Memenuhi
X3_FB2	0,985	0,70	Memenuhi
X3_FB3	0,919	0,70	Memenuhi

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel Faktor Budaya dengan 3 (tiga) indikator pertanyaan Tidak terdapat indikator pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria, semua sesuai dengan nilai loading faktor masing-masing berada diatas dari nilai Rule of Thumb 0,70.

4. Convergent Validity Faktor Psikologi

Indikator konstruk pada variabel Faktor Psikologi setelah indikator konstruk yang tidak memenuhi nilai loading factor dibuang, maka berjumlah 2 (duaa) indikator konstruk. Berdasarkan hasil nilai analisis data diperoleh nilai convergent validty melalui loading factor pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Convergent Validty Faktor Psikologi

Indikator	Loading Factor	Rule Of Thumb	Keterangan
X3_FP5	0,785	0,70	Memenuhi
X3_FP6	0,866	0,70	Memenuhi

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel Faktor Budaya dengan 2 (dua) indikator pertanyaan Tidak terdapat indikator

pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria, semua sesuai dengan nilai loading faktor masing-masing berada diatas dari nilai Rule of Thumb 0,70.

4.2.2.2 Discriminate Validity

Dalam analisis discriminate validity dimana model pengukuran pada masing-masing indikator konstruk bersifat reflektif dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* pada masing-masing variabel. Dalam pengujian *discriminate validity* menggunakan *Avarange Variance Extracted* (AVE). Adapun parameter *cross loading* dalam menilai nilai *avarange variance* untuk mengetahui tingkat validitas dari masing-masing indikator konstruk pada setiap variabel direkomendasikan lebih besar dari 0,50(> 0,50) (Ghozali dan Latan, 2012:75). Hasil analisis *discriminate validity* dapat dikemukakan pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.12
Analysis Discriminate Validity
Pada Avarange Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai
Penggunaan APMK	0,844
Faktor Ekonomi	0,686
Faktor Budaya	0,812
Faktor Psikologi	0,683

Sumber :Data Hasil Pengolahan PLS

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *cross loading avarange variance extracted* pada masing-masing variabel tidak memenuhi kriteria dalam *discriminant validity*, hal ini disebabkan nilai *avarange variance extracted* pada masing-masing variabel < 0,50, maka untuk memenuhi persyaratan dalam *discriminant validity* dimana nilai AVE lebih besar dari 0,50, maka indikator-indikator konstruk yang memiliki *loading factor* rendah/kecil dikeluarkan dalam model pengukuran.

Berdasarkan hasil analisis dimana nilai loading factor pada indikator konstruk paling rendah pada variabel Faktor Ekonomi adalah X1.PE2 dan X1.PE6, Faktor Budaya yaitu X2.PB1 dan Faktro Psikologi adalah X3.FP5.

4.2.2.3 Composite Reabilitas

Dalam melakukan uji reabilitas bertujuan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Penggunaan *composite reability* dilakukan untuk menguji reabilitas satu konstruk (Ghozali dan latan, 2012:75). Adapun dalam melakukan penilaian terhadap *composite reability* melalui *rule of thumb*, dimana nilai *composite reability* harus lebih besar dari 0,70 (>0,70). Pengujian reabilitas pada setiap konstruk juga dapat dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha*, ketentuan dari penilaian dilakukan melalui *rule of thumb*, dimana nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih besar dari 0,70 (> 0,70). Hasil dari analisis data memperlihatkan sebagai berikut:

Tabel 4.13
Composite Reability

Variabel	Nilai	Keterangan
Penggunaan APMK	0,915	Reliabel
Faktor Ekonomi	0,896	Reliabel
Faktor Budaya	0,928	Reliabel
Faktor Psikologi	0,811	Reliabel

Sumber :Data Hasil Pengolahan PLS

Tabel 4.14 memperlihatkan bahwa nilai composite reliability pada variabel, masing-masing sebesar 0,915; 0,896; 0,928; dan 0,811. Seluruh nilai reability construct > 0,70. Maka dalam hal ini keberadaan variabel memenuhi syarat untuk digunakan analisis selanjutnya.

4.2.2.4 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pengujian pada model struktural (*inner model*) pada dasarnya bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel. Adapun pengukuran dilakukan dengan melihat nilai *R-Square*. Dimana nantinya dapat diketahui tingkat *wariance* terhadap perubahan variabel independen (perencanaan anggaran, kompetensi sumber daya manusia dan komitmen organisasi) terhadap variabel dependen (penyerapan anggaran). Hasil analisis *R-Square* dapat dikemukakan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
R-Square

	R-Square
Penggunaan APMK	0,915

Sumber :Data Hasil Pengolahan PLS

Berdasarkan tabel diatas yang memperlihatkan nilai R-Square pada variabel Penggunaan APMK sebesar 0,915. Maka dapat diperjelas bahwa varian pada variabel Pandemi, penggunaan Teknologi, Lingkungan Sosial, keluarga mampu menjelaskan variabel perubahan Prilaku sebesar 0,915 atau sebesar 0,915%. berdasarkan pendapat Chin (Ghozali dan Latan, 2015) mengemukakan kriteria R-Square jika Rule of Thumb sebesar 0,67 maka model penelitian dalam kategori kuat, 0,33 model penelitian dalam kategori moderat, model penelitian dalam kategori 0,91 model penelitian dalam kategori lemah. Berdasarkan temuan penelitian ini dimana R-Square sebesar 0,915. Maka model penelitian ini dalam kategori kuat.

4.2.3 Pengujian Hipotesis Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SEM-PLS dalam uji hipotesis, maka dapat dikemukakan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Uji Hipotesis

	Original sample	T-Statistic	P Values	Keputusan
X1-Y	1,208	1,029	0,155	H0-ditolak
X2-Y	-0,311	0,278	0,391	H0-ditolak
X3-Y	0,068	0,317	0,376	H0-diterima

Sumber :Data Hasil Pengolahan PLS

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa ketentuan dalam pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan nilai original sample sebagai nilai coefficient atau disebut juga nilai beta. Dalam penerapannya penerimaan atau penolakan pada H0 dalam pengujian hipotesis, dapat dilihat pada kolom T Statistic dan nilai kolom P Values. Adapun ketentuannya adalah jika nilai t statistic lebih besar dari nilai table ($t_{statistic} > t_{table}$) pada taraf signifikansi 5% (t_{table} dilihat dari jumlah sampel, dimana sampel pada penelitian ini berjumlah 40 orang) atau menggunakan nilai P Values dengan ketentuan jika $< 0,05$, dimana kesimpulannya tolak H0, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terhadap pengaruh signifikan, begitu juga sebaliknya.

4.2.3.1 Analisis Faktor Ekonomi Terhadap Penggunaan APMK (X1-Y)

Hasil uji hipotesis Faktor Ekonomi memiliki pengaruh terhadap Penggunaan APMK berdasarkan tabel 4.15 memperlihatkan bahwa diperoleh nilai *t statistic* sebesar 1,029, sementara nilai *t* tabel pada taraf signifikan 5% sementara nilai *t* tabel pada taraf signifikan 0,050% diperoleh sebesar 1,831 berdasarkan jumlah sampel sebesar 40 responden. maka dapat disimpulkan bahwa $t_{statistic} > t_{table}$ ($1,029 < 1,831$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan nilai *P Value*, dengan ketentuan $P Value < 0,05$, berdasarkan hasil analisis dapat memperlihatkan nilai $0,155 < 0,05$. Ketentuannya tolak H0, maka dapat disimpulkan

bahwa Faktor Ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan APMK di Kota Medan. Adapun nilai *original sample* (beta) pada Faktor Ekonomi adalah positif sebesar 1,208, nilai ini menunjukkan signifikan terhadap Penggunaan APMK .

4.2.3.2 Analisis Faktor Budaya Terhadap Penggunaan APMK (X2-Y)

Hasil uji hipotesis Faktor Budaya memiliki pengaruh terhadap Penggunaan APMK berdasarkan tabel 4.15 memperlihatkan bahwa diperoleh nilai *t statistic* sebesar 0,278, sementara nilai *t* tabel pada taraf signifikan 5% sementara nilai *t* tabel pada taraf signifikan 0,050% diperoleh sebesar 1,831 berdasarkan jumlah sampel sebesar 40 responden. maka dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistic} > t \text{ table}$ ($0,278 < 1,831$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan nilai *P Value*, dengan ketentuan $P \text{ Value} < 0,05$, berdasarkan hasil analisis dapat memperlihatkan nilai $0,391 < 0,05$. Ketentuannya tolak H_0 , maka dapat disimpulkan bahwa Faktor Budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan APMK di Kota Medan. Adapun nilai *original sample* (beta) pada Faktor Budaya adalah negatif sebesar -0,311, nilai ini menunjukkan signifikan terhadap Penggunaan APMK .

4.2.3.3 Analisis Faktor Psikologi Terhadap Penggunaan APMK (X3-Y)

Hasil uji hipotesis Faktor Psikologi memiliki pengaruh terhadap Penggunaan APMK berdasarkan tabel 4.15 memperlihatkan bahwa diperoleh nilai *t statistic* sebesar 0,317, sementara nilai *t* tabel pada taraf signifikan 5% sementara nilai *t* tabel pada taraf signifikan 0,050% diperoleh sebesar 1,831 berdasarkan jumlah sampel sebesar 40 responden. maka dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistic} > t \text{ table}$ ($0,317 < 1,831$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan

nilai *P Value*, dengan ketentuan $P Value < 0,05$, berdasarkan hasil analisis dapat memperlihatkan nilai $0,376 < 0,05$. Ketentuannya tolak H_0 , maka dapat disimpulkan bahwa Faktor Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan APMK di Kota Medan. Adapun nilai *original sample* (beta) pada Faktor Psikologi adalah positif sebesar 0,068, nilai ini menunjukkan signifikan terhadap Penggunaan APMK .

4.3 Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya yang berhubungan dengan analisa faktor penggunaan APMK, faktor ekonomi, faktor budaya dan faktor psikologi terhadap penggunaan APMK memperlihatkan bahwa antara variabel independen dan variabel dependen terhadap pengaruh dan tidak berpengaruh. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat dijelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi generasi menggunakan APMK di era digital yang dalam hal ini merupakan generasi Z adalah faktor ekonomi, faktor budaya dan faktor psikologi.

Hasil penelitian (X1-Y) menyimpulkan bahwa faktor ekonomi berpositif dan signifikan terhadap penggunaan APMK dengan nilai *p Value* sebesar $0,155 >$. Maka hasil temuan ini disimpulkan bahwa H_0 diterima atau H_{a1} diterima. Sehingga variabel faktor ekonomi signifikan terhadap penggunaan APMK. Tetapi, terdapat nilai *orginal sample* (beta) pada faktor ekonomi adalah positif sebesar 1,208, dimana nilai ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi (X1) ditingkatkan maka akan dapat meningkatkan Jumlah penggunaan APMK dikalangan Generasi Z tersebut.

Berdasarkan Tabel 4.8 dimana nilai masing-masing *outer loading* dari keempat indikator konstruk pada variabel faktor ekonomi, ditemukan nilai *outer*

loading tertinggi terdapat pada indikator berhubungan dengan pernyataan *Menggunakan APMK untuk mendapatkan uang saku/uang kebutuhan hidup dan kebutuhan pendidikan selama kuliah kepada orangtua* sebesar 0,931, sedangkan *outer loading* terendah terdapat pada indikator pernyataan *Pendapatan yang relatif tinggi tidak sepenuhnya untuk biaya konsumsi, tetapi untuk ditabung/disimpan dalam rekening* sebesar 0,716 .

Hasil penelitian (X2-Y) menyimpulkan bahwa faktor budaya berpositif dan signifikan terhadap penggunaan APMK dengan nilai *p Value* sebesar 0,391>. Maka hasil temuan ini disimpulkan bahwa H0 diterima atau Ha 1 diterima. Sehingga variabel faktor budaya signifikan terhadap penggunaan APMK. Tetapi, terdapat nilai *orginal sample* (beta) pada faktor budaya adalah negatif sebesar -0,311, dimana nilai ini menunjukkan bahwa faktor budaya (X2) ditingkatkan maka akan dapat meningkatkan Jumlah penggunaan APMK di kalangan Generasi Z tersebut.

Berdasarkan Tabel 4.9 dimana nilai masing-masing *outer loading* dari ketiga indikator konstruk pada variabel faktor budaya, ditemukan nilai *outer loading* tertinggi terdapat pada indikator berhubungan dengan pernyataan *Berbagai recommended menggunakan APMK banyak saya dapat dari teman dan keluarga yang sudah memiliki pengalaman dalam menggunakan APMK untuk bertransaksi dan menyimpan dana* sebesar 0,985, sedangkan *outer loading* terendah terdapat pada indikator pernyataan *Mengetahui sistem pembayaran secara online berupa APMK dari teman di tongkrongan saya* 0,787.

Hasil penelitian (X3-Y) menyimpulkan bahwa faktor psikologi berpositif dan signifikan terhadap penggunaan APMK dengan nilai *p Value* sebesar 0,376>. Maka hasil temuan ini disimpulkan bahwa H0 diterima atau Ha 1 diterima.

Sehingga variabel faktor psikologi signifikan terhadap penggunaan APMK. Tetapi, terdapat nilai *original sample* (beta) pada faktor psikologi adalah positif sebesar 0,068, dimana nilai ini menunjukkan bahwa faktor psikologi (X3) ditingkatkan maka akan dapat meningkatkan Jumlah penggunaan APMK dikalangan Generasi Z tersebut.

Berdasarkan Tabel 4.10 dimana nilai masing-masing *outer loading* dari kedua indikator konstruk pada variabel faktor psikologi, ditemukan nilai *outer loading* tertinggi terdapat pada indikator berhubungan dengan pernyataan *Menggunakan jenis merek APMK yang hanya menyediakan cashback, diskon, promo menarik dan flash sale* sebesar 0,866, sedangkan *outer loading* terendah terdapat pada indikator pernyataan *Menggunakan APMK untuk mendapatkan promo ketika ingin melakukan kegiatan bertransaksi* 0,785.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat kesimpulan penelitian yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Perkembangan instrumen/kartu APMK di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami kenaikan tepatnya di tahun 2012-2019, di tahun 2020-2021 mengalami penurunan karena banyak masyarakat yang sudah mengenal pembayaran secara digital berbasis aplikasi. Pada perkembangan pengguna kartu ATM+ATM=Debet mengalami kenaikan dari tahun ke tahun hal ini karena banyak masyarakat yang melakukan kegiatan mengambil dana/uang dan menabung di rekening masing-masing.
2. Analisis Faktor Ekonomi (X1) Terhadap Penggunaan APMK (Y) Hasil penelitian menyimpulkan bahwa faktor ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan APMK dengan nilai P Value $0,155 > 0,05$. Tetapi, terdapat nilai original sample (beta) pada faktor ekonomi adalah positif sebesar 1,208, dimana nilai ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi (X1) ditingkatkan maka akan dapat meningkatkan Jumlah Penggunaan APMK di kalangan Generasi Z di masa era digital yang berbasis teknologi. Oleh sebab itu, jika pendapatan ekonomi masyarakat ditingkatkan akan dapat meningkatkan jumlah masyarakat dan Generasi untuk menggunakan APMK.
3. Analisis Faktor Budaya (X2) Terhadap Penggunaan APMK (Y) Hasil penelitian menyimpulkan bahwa faktor budaya berpengaruh positif dan

signifikan terhadap penggunaan APMK dengan nilai P Value $0,391 > 0,05$. Tetapi, terdapat nilai original sample (beta) pada faktor budaya adalah negatif sebesar $-0,311$, dimana nilai ini menunjukkan bahwa faktor budaya (X2) ditingkatkan maka akan dapat meningkatkan Jumlah Penggunaan APMK di kalangan Generasi Z di masa era digital yang berbasis teknologi. Oleh sebab itu, pengaruh budaya di masyarakat sangat mudah mempengaruhi dan menarik masyarakat dan Generasi Z untuk menggunakan APMK, sehingga akan meningkatkan jumlah pengguna APMK di era digital.

4. Analisis Faktor Psikologi (X3) Terhadap Penggunaan APMK (Y) Hasil penelitian menyimpulkan bahwa faktor psikologi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan APMK dengan nilai P Value $0,376 > 0,05$. Tetapi, terdapat nilai original sample (beta) pada faktor psikologi adalah positif sebesar $0,068$, dimana nilai ini menunjukkan bahwa faktor psikologi (X3) ditingkatkan maka akan dapat meningkatkan Jumlah Penggunaan APMK di kalangan Generasi Z di masa era digital yang berbasis teknologi. Oleh sebab itu, jika upaya dalam peningkatan APMK khususnya pada faktor psikologi dari aspek minat masyarakat dan Generasi Z untuk menggunakan APMK.

5.2 Saran

Saran yang diajukan penelitian selanjutnya

1. Diperluakannya sosialisasi lebih etensif terhadap Generasi Z untuk meningkatkan pemahaman pembayaran secara Cashless, namun hal itu

tidak menutup kemungkinan untuk dilakukan sosialisasi dan promosi pada seluruh lapisan masyarakat.

2. Pemerintah harus lebih meningkatkan pelayanan penggunaan APMK dimana semakin banyaknya perubahan sistem Cashless di masa yang akan datang.
3. Jika jumlah pengguna APMK semakin meningkat itu artinya masyarakat dan Generasi sudah percaya dengan sistem pembayaran secara Cashless.

5.3 Batasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang harus terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang 40 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman setiap responden.
3. Objek penelitian ini hanya berfokus pada generasi z yang menggunakan APMK yang mana hanya satu dari banyak sistem cashless yang juga banyak jenis cashless seperti OVO, ShopeePay dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Howe, N., & Strauss, W. (1991). *Generations: the history of America's future, 1548 to 2069*. New York: William Morrow & Co.
- APJII. (2019-2020(Q2)). *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia: Survei*. 2019. Retrieved 123, 2019, from APJII: www.apjii.or.id
- Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS), 2021
- Bank Indonesia. (2021). Jumlah Alat pembayaran dengan Menggunakan Kartu (APMK). <https://www.bi.go.id> .
- Bank Indonesia. (2021). Jumlah Uang Elektronik Beredar. <https://www.bi.go.id> .
- Manurung, M., & Rahardja, P (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi Edisi ke 3. Jakarta Fakultas Ekonomi Indonesia.
- Hengki mangiring Parulian Simarmata., dkk. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Mangani, K. S. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Erlangga.
- Minskin, F.S. (2008). *Ekonomi Uang, Perbankan, dan Pasar Keuangan*. (Edisi 8). Jakarta: Salemba Empat.
- Pramono, B. (2006). *Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap*. Jurnal Bank Indonesia.
- Muhammad Abdurrahim Suwandi & Elvira Azis. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *E-Money* Pada Generasi Millenials (Jurnal). Bogor.
- Muhammad Faizun Ulurrosyad & Prabowo Yudo Jayanto. (2020). Faktor-faktor Dalam Menggunakan *E-Money* (Gopay) Pada Mahasiswa Muslim di Kota Semarang (Jurnal). Semarang.

Ulfi Sheila Ratn, Ayu Dewi Lestary & Nur Kholis. (2020). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Terhadap Penggunaan *E-Money* Sebagai Instrumen Pembayaran Non-Tunai (Jurnal). Yogyakarta.

Muhammad Adit Musthofa, Rini Rahayu Kurniati & Ratna Nikin Hardati. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Jurnal). Malang.

Bank Indonesia. (2019-2021). Infrastruktur APMK Regional. <https://www.bi.go.id>.

Bank Indonesia (2012-2021). Perkembangan Instrumen/kartu Kredit. <https://bi.go.id>.

Bank Indonesia (2009-2021) Perkembangan Instrumen/kartu ATM+ATM/Debet. <https://www.bi.go.id>.

<https://www.inews-id.cdn.ampproject.org>

<https://m-kumparan->

<com.cdn.ampproject.org/v/s/m.kumparan.com/amp/millennial/cashless-society-gaya-hidup-gen-z-yang-ogah-ribet-1wzEE1AGbIO>

<https://sitinuraeni/berita/6226d6df12cfc/memahami-karakteristi-dan-ciri-ciri-generasi-z>

<https://kenali-karakteristik-tiga-generasi-x-y-z/>

<https://id/berita/3614/perkembangan-teknologi-di-era-digital>

<https://nissyaar/618804b8ffe7b52428212032/perkembangan-era-digital-serta-dampaknya-bagi-masyarakat>

Lampiran Kuesioner

KUESIONER

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan “Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Untuk Melakukan *Cashless Payment System* Pada Era Digital 4.0 “
Pertanyaan ini mengarah pada Mahasiswa / Generasi Z Oleh karena itu saya memohon dengan hormat ketersediaan anda untuk dapat mengisi kuesioner ini demi kelancaran dan keberlangsungan skripsi saya. Atas ketersediaan dan partisipasi anda saya ucapkan Terimakasih.

A. Penggunaan Skala Linkert Numerik :

Tidak Tepat (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) Tepat

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Usia : tahun
4. Alamat :

II. ASPEK SOSIAL

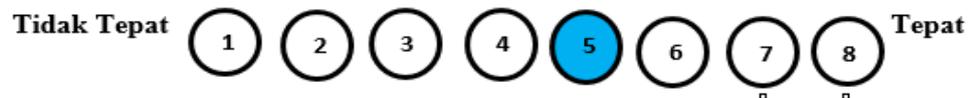
1. Apakah jenis pekerjaan Anda?
 - a. Mahasiswa/i c. Tenaga Pendidik
 - b. Pegawai Swasta d. Lainnya
2. Jika Ya berapakah pendapatan Anda dalam sebulan?
 - a. Rp 1.500.000 c. Rp 3.000.000 – 3.500.000
 - b. Rp 2.000.000 – 2.500.000 d. Rp < 5.000.000
3. Jenis Cashless APMK apa yang sering Anda gunakan?

- a. Kartu ATM
 - b. Kartu Kredit
 - c. Kartu Debit
4. Berapa kali rata-rata anda menggunakan APMK dalam 1 bulan?
- a. 1-2 kali
 - b. 3-5 kali
 - c. >5 kali

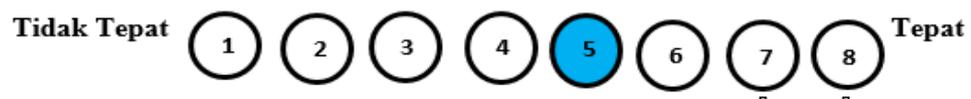
Daftar Pertanyaan:

I. Penggunaan APMK

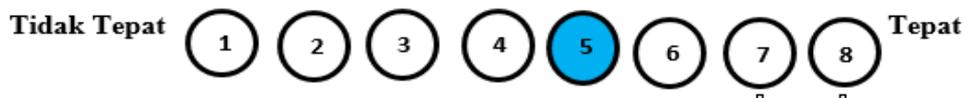
1. Menggunakan APMK untuk kegiatan penyimpanan dana dan pengambilan dana di rekening



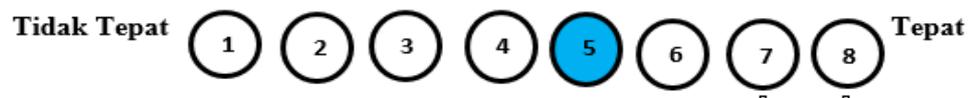
2. Penggunaan APMK memudahkan pemilik kartu dalam kebutuhan bertransaksi



3. Penggunaan APMK menyimpan data pribadi pengguna yang bersifat pribadi

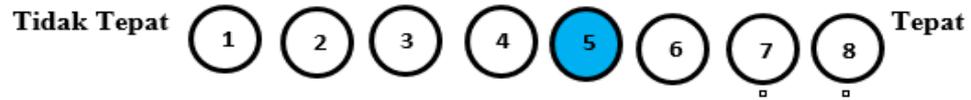


4. Bertransaksi menggunakan APMK lebih praktis dan efisien



II. Faktor Ekonomi

1. Semakin tinggi pendapatan individu, maka semakin tinggi tingkat konsumsi



2. Pendapatan yang relatif tinggi tidak sepenuhnya untuk biaya konsumsi, tetapi untuk di tabung/ disimpan dalam rekening



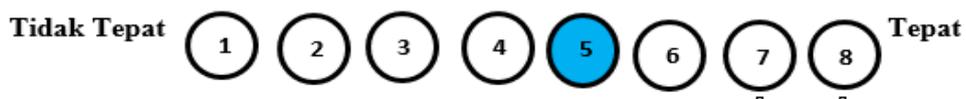
3. Menggunakan internet dalam melakukan transaksi cashless lebih cepat fleksibel dan efisien



4. Kebiasaan menggunakan internet membuat individu lebih memilih pembayaran online daripada offline karena sistemnya yang mudah dilakukan dengan mencari ritel yang menyediakan pembayaran secara cashless



5. Menggunakan APMK untuk mendapatkan uang saku/uang kebutuhan hidup dan kebutuhan pendidikan selama kuliah kepada orangtua



6. Menggunakan APMK untuk melakukan pembayaran pendidikan yang sudah jatuh tempo

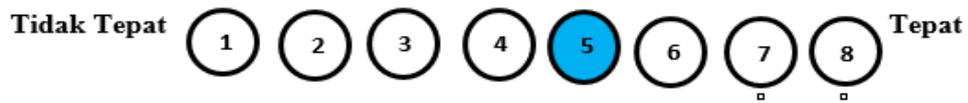


III. Faktor Budaya

1. Mengetahui sistem pembayaran secara cashless berupa APMK dari teman tongkrongan



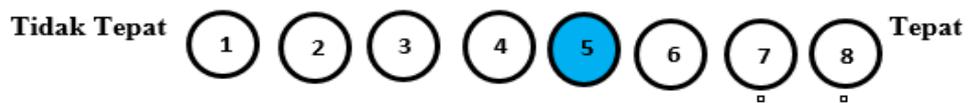
2. Berbagai recommended menggunakan APMK banyak saya dapat dari teman dan keluarga yang sudah memiliki pengalaman dalam menggunakan APMK untuk bertransaksi dan menyimpan dana



3. Saran dari teman saya merupakan pertimbangan saya untuk menggunakan APMK dalam bertransaksi secara cashless



4. Perubahan global berupa pembayaran secara cashless salah satu bentuk menciptakan fenomena tren baru di kalangan masyarakat.



5. Tren penggunaan APMK membuat individu merasa lebih kekinian dan tidak tertinggal dengan kemajuan teknologi

Tidak Tepat (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) Tepat

6. Mengikuti tren penggunaan APMK salah satu bentuk solusi ketika keinginan untuk dilihat orang lain berdasarkan penampilan

Tidak Tepat (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) Tepat

IV. Faktor Psikologi

1. Menggunakan jenis merek APMK yang banyak digunakan teman/keluarga

Tidak Tepat (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) Tepat

2. Melakukan pembayaran secara cashless dengan merek yang kekinian agar berbangga diri dan diakui high class oleh orang lain

Tidak Tepat (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) Tepat

3. Menggunakan merek APMK yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan

Tidak Tepat (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) Tepat

4. Promo yang tersedia di APMK merupakan aspek pendorong individu menggunakan APMK untuk bertransaksi

Tidak Tepat (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) Tepat

5. Menggunakan APMK untuk mendapatkan promo ketika ingin melakukan kegiatan transaksi

Tidak Tepat (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) Tepat

6. Menggunakan jenis APMK yang hanya menyediakan cashback, diskon, promo menarik dan flash sale

Tidak Tepat (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) Tepat

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. DATA PRIBADI

Nama : Diah Anjelina
NPM : 1805180015
Tempat dan Tanggal Lahir : Saentis, 11 September 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Anak Ke : 1 (satu)
Alamat : Dusun 18 Soponyono, No 84 Desa Saentis
No. Telepon : 0822-6714-5030
Email : diahanjelina1109@gmail.com

2. DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Suherman
Nama Ibu : Tukini
Pekerjaan Ayah : Petani
Pekerjaan Ibu : Pedagang
Alamat : Dusun XVIII Soponyono No. 84, Saentis

3. DATA PENDIDIKAN FORMAL

1. Tahun 2005-2011 : SD SWASTA PAB 28 SAENTIS
2. Tahun 2011-2014 : MTS LPI PTPN IX SAENTIS
3. Tahun 2014-2017 : SMK PAB 12 SAENTIS
4. Tahun 2018, Tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan (S-1) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, September 2022

Diah Anjelina



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 2253/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/18/2/2022

Nama Mahasiswa : Diah Anjelina
NPM : 1805180015
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Perencanaan Pembangunan Daerah
Tanggal Pengajuan Judul : 18/2/2022
Nama Dosen Pembimbing¹⁾ : Enyanti Hasukon.
Judul Disetujui²⁾ : Faktor Yang Mempengaruhi Generasi
2 Indonesia Untuk Melakukan
Cashless payment System pada
Era Digital 4.0

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

(Dr. Prayitya Hariani RS., SE., M.Si.)

Medan, 21 Februari 2022

Dosen Pembimbing

(Enyanti Hasukon, S.Pd.)

Keterangan:

*) Dikisi oleh Pimpinan Program Studi

**) Ditisi oleh Dosen Pembimbing

Setelah disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan/foto dan uploadlah lembaran ke-2 ini pada form online "Upload Pengesahan Judul Skripsi"

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Pada hari ini telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Ekonomi Pembangunan menerangkan bahwa :

Nama : Diah Anjelina
N.P.M. : 1805180015
Tempat / Tgl.Lahir : Saentis, 11 September 1999
Alamat Rumah : Dusun XVIII SOPONYONO, Saentis
Judul Proposal : Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Untuk Melakukan Cashless Payment System Pada Era Digital 4.0

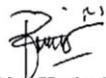
Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul	Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Untuk Melakukan Cashless Payment System Pada Era Digital 4.0
Bab I	Perbaiki rumusan masalah dan Tujuan penelitian
Bab II	Perbaiki Indikator Variabel
Bab III	Perbaiki kualitas Faktor
Lainnya	
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan,

TIM SEMINAR

Ketua



Dr.Prawidya Hariani RS, SE.,M.Si.

Pembimbing



Eri Yanti Nasution, S.E., M.Ec

Sekretaris



Dra.Hj.Roswita Hafni, M.Si.

Pembanding



Dr. Prawidya Hairani RS., SE., M. Si



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Ekonomi Pembangunan yang diselenggarakan pada hari menerangkan bahwa:

Nama : Diah Anjelina
N .P.M. : 1805180015
Tempat / Tgl.Lahir : Saentis, 11 September 1999
Alamat Rumah : Dusun XVIII SOPONYONO,Saentis
JudulProposal :Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Untuk Melakukan Cashless Payment System Pada Era Digital 4.0

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan pembimbing : *Eri Yanti Nasution, S.E., M.Ec*

Medan,

TIM SEMINAR

Ketua

Dr.Prawidya Hariani RS,SE.,M.Si.

Sekretaris

Dra.Hj.Roswita Hafni, M.Si.

Pembimbing

Eri Yanti Nasution, S.E., M.Ec

Pembanding

Dr. Prawidya Hairani RS., SE., M. Si



Diketahui / Disetujui
A.n. Dekan
Wakil Dekan - I

Assoc.Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6624567, Kode Pos Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA MAHASISWA : DIAH ANJELINA
NPM : 1805180015
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
KONSENTRASI : PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
JUDUL PROPOSAL : FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GENERASI Z INDONESIA UNTUK MELAKUKAN CASHLESS PAYMENT SYSTEM PADA ERA DIGITAL 4.0

TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF	KETERANGAN
7 Mei 2022	latar belakang dimulai dengan penjelasan fenomena yang akan diangkat. Pertumbuhan dunia perbankan secara global dan munculnya serta kenapa muncul kebijakan cashless payment.		
10 Juni 2022	Grand teori dimulai dengan teori politik ekonomi pada ekonomi mikro, pada Manajemen, hingga uang dan bank		
06 Juli 2022	Pengujian persamaan variabel, dibuat dalam tabel dan disertai dengan indikatornya		
06 Juli 2022	Uji analisis faktor dilengkapi dengan uji normalitas sebelum data diuji dalam analisis faktor. Kesimpulan.		
13 Juli 2022	Ace seminar proposal.		

Pembimbing

Eri Yanti Nasution, S.E., M.Ec

Medan, 13 Juli 2022

Diketahui / Disetujui

Ketua Program Studi Ekonomi
Pembangunan

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, S.E, M.Si



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila mempunyai surat agar diartikan
Punya dan tercapainya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://feb.umsu.ac.id> feb@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA**

NOMOR : 2542 / TGS / IL.3-AU / UMSU-05 / F / 2022

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan
Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**
Pada Tanggal : **8/27/2022**

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

Nama : **Diah Anjelina**
N P M : **1805180015**
Semester : **VIII (Delapan)**
Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**
Judul Proposal / Skripsi : **Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Untuk Melakukan Cashless
Payment System Pada Era Digital 4.0**

Dosen Pembimbing : **Eri Yanti Nasution, SE., M.Ec.**

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : 27 Agustus 2023**
4. Revisi Judul.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 29 Muharram 1444 H
27 Agustus 2022 M



Dekan
H. JANURI, SE., MM., M.Si.
NIDN : 0109086502

Tembusan :
1. Pertinggal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : DIAH ANJELINA
NPM : 1805180015
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Alamat Rumah : Dusun XVIII Sopyonyo/Desa Saentis
Judul Skripsi : FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GENERASI Z UNTUK MELAKUKAN CASHLESS PAYMENT SYSTEM PADA ERA DIGITAL 4.0

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
5 Sept 2022	Deskripsikan dengan jelas perkembangan instrumen pembayaran sistem kartu pada gen z		
8 Sept 2022	Diberikan persentase responden yang mematai APMK dan jelaskan secara detail		
12 Sept 2022	Uraikan faktor apa yang paling berpengaruh dalam membatasi perilaku gen z dalam sistem cashless payment		
14 Sept 2022	Acu sedang magis Hiron		

Pembimbing Skripsi

ERI YANTI NASUTION SE., M.Ec

Medan, September 2022
Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

