

Variabel Anteseden Perkembangan Cashless Society dan Dampaknya terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi

Dian Fatica¹, Krisnina Maharani², Sintia Dwi Permatasari³
Universitas Brawijaya^{1,2,3}
dianfa2309@student.ub.ac.id

Abstrak—Transaksi umumnya dilakukan dengan pertemuan antara produsen-konsumen sekarang harus dilakukan secara *online* atau daring dengan berbagai sistem pembayaran karena adanya pandemi *Covid-19*. *Cashless Society* menarik untuk diteliti karena semakin banyak perkembangan sistem pembayaran berinovasi dari tahun ke tahun juga adanya kemajuan teknologi informasi. Pembayaran untuk segala jenis produk atau jasa dengan uang digital telah dilakukan oleh banyak kalangan. Keberadaan uang digital ini mempermudah pengguna karena lebih praktis ketika digunakan jika dibandingkan dengan uang tunai. Transaksi non-tunai banyak digunakan sebagian besar masyarakat karena alasan kemudahan bahkan ketika pandemi telah usai seperti saat ini. Adanya fenomena tersebut membuat penelitian yang bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Faktor Psikologi, Faktor Pribadi, dan konsep 6P dalam pemasaran (*Product, Price, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi yang dimediasi oleh Perkembangan *Cashless Society*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei dari kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden dengan skala Likert. Selain itu, pada penelitian ini analisis dilakukan dengan metode IPA dan metode SEM dengan analisis PLS dengan bantuan komputer paket *WarpPLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Faktor Pribadi, *Product, Price, Promotion*, dan *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap perkembangan *Cashless Society* dan Perkembangan *Cashless Society* berpengaruh signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi, sedangkan variabel Faktor Psikologi, *People, Process* tidak berpengaruh secara signifikan. Model yang terbentuk memuat informasi bahwa variabel Faktor Psikologi, Faktor Pribadi, *Product, Price, Promotion, People, Process*, dan *Physical Evidence* mampu menjelaskan Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi melalui Perkembangan *Cashless Society* sebesar 87%, sementara 13% sisanya dijelaskan oleh variabel di luar model.

Kata kunci: *Faktor Determinan, Cashless Society, Pemulihan Ekonomi*

I. PENDAHULUAN

Perubahan besar yang disebabkan oleh pandemi *Covid-19* mengakibatkan kegiatan masyarakat di luar rumah yang semakin dibatasi. Sebagian besar aktivitas yang awalnya dilakukan secara langsung terpaksa dilakukan secara *online* atau daring. Kegiatan masyarakat berubah akibat adanya fenomena tersebut termasuk transaksi jual beli. Kegiatan transaksi jual beli yang biasanya dilakukan secara langsung antara konsumen dengan produsen harus diganti dengan transaksi *online* untuk meminimalisir penyebaran *Covid-19*. Transaksi *online* ini lebih mudah dan praktis dilakukan oleh masyarakat karena tidak perlu adanya interaksi secara langsung antara konsumen dan produsen. Oleh karena itu, beberapa sistem pembayaran mulai banyak berkembang dan digunakan oleh masyarakat.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, banyak bidang lain ikut berkembang tak terkecuali dengan sistem pembayaran yang terus berinovasi dengan kemajuan sistem digitalisasi jasa keuangan dan instrumen-instrumen transaksi pembayaran. Perkembangan sistem pembayaran diawali dengan sistem konvensional atau pembayaran secara manual menggunakan uang tunai. APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) digunakan sebagai inovasi sistem pembayaran seperti ATM/Debit dan kartu kredit. Inovasi terus dilakukan dan sistem terbaru dari metode pembayaran muncul yaitu digitalisasi sistem dengan menggunakan uang elektronik.

Perubahan-perubahan transaksi pembayaran secara elektronik terdapat beragam model. Model pembayaran tersebut yaitu transfer langsung (*electronic funds transfer*), kartu pembayaran (*payment card*), uang elektronik (*electronic money*), dan uang digital (*digital money*). Nilai uang yang dimiliki oleh uang elektronik tersimpan dalam bentuk digital dan tidak berupa uang fisik. Hal ini berbeda dengan APMK dan

Kartu ATM/Debit. Nilai uang yang dimiliki oleh APMK dan Kartu ATM/Debit disimpan dalam rekening pemilik kartu. Penggunaan dompet digital seperti OVO, LinkAja, GoPay dan Dana sebesar 72% dan uang tunai sebesar (68%). Angka ini diambil dari data HSBC pada tahun 2021.

Perusahaan penyelenggara uang elektronik dengan produk dari *server based* dan *chip based* pada institusi lembaga perbankan dan lembaga selain bank telah bertumbuh dengan pesat. Hal ini didukung dengan adanya izin dari Bank Indonesia berdasarkan peraturan tentang *e-money* dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*electronic money*). Pertumbuhan penggunaan uang elektronik di Indonesia semakin pesat dengan adanya peraturan tersebut, dibuktikan dengan jumlah perusahaan penerbit *e-money* yang telah diizinkan oleh Bank Indonesia. Jumlah perusahaan yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia ada 9 perusahaan pada tahun 2009, 11 perusahaan pada tahun 2010 sampai dengan 2015, dan 18 perusahaan pada tahun 2016 sampai dengan 2019. Sampai dengan 24 Mei 2019 terdapat 38 perusahaan yang telah diizinkan oleh Bank Indonesia untuk beroperasi.

Tidak hanya Peraturan Bank Indonesia, perkembangan penggunaan uang elektronik bahkan juga didukung oleh visi dari Gubernur Bank Indonesia. Visi dari gubernur Bank Indonesia ada 5 yang meliputi 1) mendukung integrasi ekonomi-keuangan digital nasional, 2) mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama ekonomi-keuangan, 3) menjamin *interlink* antara *fintech* dengan perbankan, 4) menjamin keseimbangan antara inovasi dengan *consumers protection*, integritas dan stabilitas, 5) menjamin kepentingan nasional dalam ekonomi keuangan digital antar Negara (Warjiyo & Juhro, 2019).

Teknologi informasi adalah aset berharga dalam suatu perusahaan, tak terkecuali dengan bank di mana teknologi informasi dapat berperan dalam pengelolaan organisasi. Perkembangan sistem pelayanan berbasis teknologi pada bank sebagai akibat dari pesatnya kemajuan teknologi. Salah satu basis teknologi yang dikembangkan oleh bank adalah *Technology Monitoring*. Selain itu, terdapat kegiatan pengawasan (*Financial Technology*) yang dilakukan oleh bank terhadap aset dengan bantuan teknologi. Dengan teknologi ini, bisnis akan mudah dijalankan oleh bank dan pelanggan mudah dijangkau.

Kemudahan dengan adanya uang elektronik dirasakan oleh sebagian besar masyarakat sehingga banyak dari mereka yang beralih kepada uang elektronik dibanding dengan uang tunai. Ruang yang luas untuk kemunculan era *cashless society* turut diberikan oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih (HSBC, 2022). Mudahnya penggunaan transaksi non-tunai jika dibanding transaksi tunai terutama pada saat pandemi *Covid-19* menjadi salah satu alasan sebagian besar masyarakat berpindah haluan menggunakan transaksi non-tunai bahkan ketika pandemi telah usai seperti saat ini.

Berdasarkan uraian di atas akan dilakukan penelitian dengan judul “Variabel Anteseden Perkembangan *Cashless Society* dan Dampaknya terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi”. Fenomena pesatnya perkembangan *Cashless Society* membuat peneliti ingin mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi. Pada penelitian ini faktor yang ingin diketahui perannya terhadap Perkembangan *Cashless Society* adalah Faktor Psikologi, Faktor Pribadi, *Product*, *Price*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* yang merupakan 6 konsep dalam pemasaran. Selain itu, pada penelitian ini juga ingin diketahui peranan Perkembangan *Cashless Society* terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi khususnya di Indonesia.

Kebaruan dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu adalah peneliti menambahkan variabel Faktor Psikologi dan Faktor Pribadi serta konsep pemasaran lain yaitu, *People*, *Process*, juga *Physical Evidence* di daerah Malang, Jawa Timur. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk kita mengetahui pengaruh Faktor Psikologi, Faktor Pribadi, *Product*, *Price*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*, terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi yang dimediasi oleh Perkembangan *Cashless Society* yang dibantu dengan melakukan pengujian dan tahap analisis statistika menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM).

II. METODE PENELITIAN

A. Data Penelitian

Penelitian ini, menggunakan data yang bersumber dari data sekunder. Data sekunder ini berasal dari hibah penelitian yang dilakukan oleh Dr. Ir. Solimun, M.S. dan Dr. Adji Achmad Rinaldo Fernandes, S.Si., M.Sc. yang berjudul “Faktor Determinan Perkembangan *Cashless Society* untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi dengan Dimoderasi oleh *Financial Technology*” pada tahun 2021 dengan sampel yang diambil berukuran 100 responden.

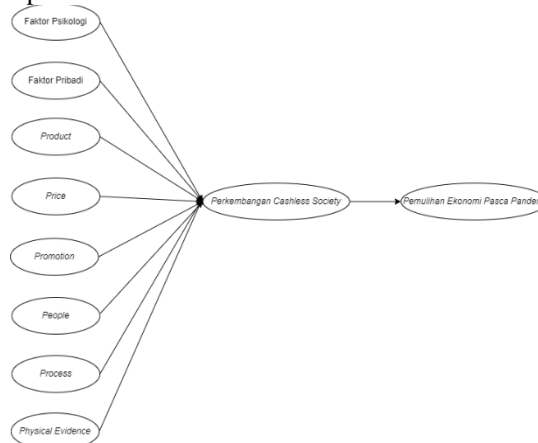
Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel laten yang berasal dari skala pengukuran *likert*. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Faktor Psikologi (X_1), Faktor Pribadi (X_2), *Product* (X_3), *Price* (X_4), *Promotion* (X_5), *People* (X_6), *Process* (X_7), *Physical Evidence* (X_8), Perkembangan *Cashless Society* (Y_1), Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2). Penilaian pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden berdasarkan alternatif jawaban yang telah disediakan yaitu menggunakan lima skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur tanggapan, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai kejadian dan permasalahan yang menjadi bahasan. Pada skala *likert* terdapat jarak sikap seseorang dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

1. Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1, artinya pernyataan pada kuesioner sama sekali tidak didukung oleh responden.
2. Tidak Setuju (TS) bernilai 2, artinya pernyataan pada kuesioner tidak didukung oleh responden.
3. Netral (N) bernilai 3, artinya responden tidak dapat memihak atau tidak dapat menentukan mendukung atau sebaliknya.
4. Setuju (S) bernilai 4, artinya pernyataan pada kuesioner didukung oleh responden.
5. Sangat Setuju (SS) bernilai 5, artinya pernyataan pada kuesioner sangat didukung oleh responden.

Skala digunakan sebagai pengukuran variabel yang bertujuan untuk mengkuantifikasi data kualitatif menjadi kuantitatif supaya mudah untuk dianalisis lebih lanjut.

B. Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa jenis variabel dengan variabel eksogen yang digunakan yaitu Faktor Psikologi (X_1), Faktor Pribadi (X_2), *Product* (X_3), *Price* (X_4), *Promotion* (X_5), *People* (X_6), *Process* (X_7), dan *Physical Evidence* (X_8). Sedangkan variabel endogen yang digunakan sebanyak dua yakni Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) dan Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2). Kerangka konseptual dari penelitian ini dapat dilihat pada GAMBAR 1.



GAMBAR 1. KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN

Hipotesis yang dapat dirumuskan dari kerangka konseptual di atas adalah sebagai berikut:

1. H_1 : Faktor Psikologi (X_1) berpengaruh melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
2. H_2 : Faktor Pribadi (X_2) berpengaruh melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).

3. H_3 : Variabel *Product* (X_3) berpengaruh melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
4. H_4 : Variabel *Price* (X_4) berpengaruh melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
5. H_5 : Variabel *Promotion* (X_5) berpengaruh melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
6. H_6 : Variabel *People* (X_6) berpengaruh melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
7. H_7 : Variabel *Process* (X_7) berpengaruh melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
8. H_8 : Variabel *Physical Evidence* (X_8) berpengaruh melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
9. H_9 : Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) berpengaruh terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Statistika Deskriptif

Mean atau rata-rata dari tiap variabel dengan skala *likert* 1 sampai 5 yang berarti bahwa variabel dengan mean atau rata-rata mendekati angka 5 termasuk dalam kategori sangat tinggi dan variabel dengan mean mendekati angka 1 termasuk dalam kategori sangat rendah.

TABEL 1. HASIL STATISTIKA DESKRIPTIF

Variabel	Mean	Persentase	Keterangan
X_1	4,1897	73,8%	Tinggi
X_2	4,2752	75,5%	Tinggi
X_3	4,0236	70,5%	Tinggi
X_4	3,5122	60,2%	Tinggi
X_5	4,0343	70,7%	Tinggi
X_6	4,2999	76%	Tinggi
X_7	3,7994	66%	Tinggi
X_8	3,6968	63,9%	Tinggi
Y_1	4,9176	96,7%	Sangat Tinggi
Y_2	4,4425	78,8%	Tinggi

Hasil statistika deskriptif disajikan pada TABEL 1 di atas sehingga diperoleh interpretasi sebagai berikut:

1. Variabel Faktor Psikologi (X_1) dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 4,1897 sehingga sebagian besar variabel Faktor Psikologi masuk ke dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 73,8%.
2. Variabel Faktor Pribadi (X_2) dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 4,2752 sehingga sebagian besar variabel Faktor Pribadi masuk ke dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 75,5%
3. Variabel *Product* (X_3) dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 4,0236 sehingga sebagian besar variabel *Product* masuk ke dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 70,5%
4. Variabel *Price* (X_4) dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 3,5122 sehingga sebagian besar variabel *Price* masuk ke dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 60,2%
5. Variabel *Promotion* (X_5) dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 4,0343 sehingga sebagian besar variabel *Promotion* masuk ke dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 70,7%

6. Variabel *People* (X_6) dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 4,2999 sehingga sebagian besar variabel *People* masuk ke dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 76%
7. Variabel *Process* (X_7) dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 3,7994 sehingga sebagian besar variabel *Process* masuk ke dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 66%
8. Variabel *Physical Evidence* (X_8) dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 3,6968 sehingga sebagian besar variabel *Physical Evidence* masuk ke dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 63,9%
9. Variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 4,9176 sehingga sebagian besar variabel Perkembangan *Cashless Society* masuk ke dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 96,7%.
10. Variabel Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2) dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 4,4425 sehingga sebagian besar variabel Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi masuk ke dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 78,8%.

B. Hasil Uji Asumsi Linieritas

Uji linieritas diperlukan karena asumsi analisis SEM hanya terkait pemilihan algoritma pada pemodelan *inner model*. Uji linieritas *inner model* dilakukan dengan *Ramsey's Reset Test*. Dengan kriteria pengujian ($p\text{-value} > \alpha = 0.05$) maka hubungan antar variabel bersifat linier. Hasil uji linieritas *inner model* dapat dilihat pada TABEL 2.

TABEL 2. HASIL UJI LINIERITAS

Variabel	<i>p-value</i>	Keterangan
X_1 dengan Y_1	0,1641	Linier
X_2 dengan Y_1	0,8334	Linier
X_3 dengan Y_1	0,0908	Linier
X_4 dengan Y_1	0,2396	Linier
X_5 dengan Y_1	0,4166	Linier
X_6 dengan Y_1	0,8608	Linier
X_7 dengan Y_1	0,2556	Linier
X_8 dengan Y_1	0,0902	Linier
Y_1 dengan Y_2	0,9815	Linier

Hasil pengujian disajikan pada TABEL 2 di atas sehingga diperoleh interpretasi sebagai berikut:

1. Hubungan variabel Faktor Psikologi (X_1) dengan variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) memiliki *p-value* sebesar 0,1641 sehingga kedua variabel memiliki hubungan linier
2. Hubungan variabel Faktor Pribadi (X_2) dengan variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) memiliki *p-value* sebesar 0,8334 sehingga kedua variabel memiliki hubungan linier
3. Hubungan variabel *Product* (X_3) dengan variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) memiliki *p-value* sebesar 0,0908 sehingga kedua variabel memiliki hubungan linier
4. Hubungan variabel Faktor *Price* (X_4) dengan variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) memiliki *p-value* sebesar 0,2396 sehingga kedua variabel memiliki hubungan linier
5. Hubungan variabel *Promotion* (X_5) dengan variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) memiliki *p-value* sebesar 0,4166 sehingga kedua variabel memiliki hubungan linier
6. Hubungan variabel *People* (X_6) dengan variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) memiliki *p-value* sebesar 0,8608 sehingga kedua variabel memiliki hubungan linier
7. Hubungan variabel *Process* (X_7) dengan variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) memiliki *p-value* sebesar 0,2556 sehingga kedua variabel memiliki hubungan linier

8. Hubungan variabel *Physical Evidence* (X_8) dengan variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) memiliki *p-value* sebesar 0,0902 sehingga kedua variabel memiliki hubungan linier
9. Hubungan variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) dengan variabel Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2) memiliki *p-value* sebesar 0,9815 sehingga kedua variabel memiliki hubungan linier

C. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Pengujian pengaruh langsung memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Signifikan, jika $p\text{-value} < \alpha$ (0,05)
- b. Tidak Signifikan, jika $p\text{-value} > \alpha$ (0,05)

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung pada model disajikan pada TABEL 3.

TABEL 3. HASIL PENGUJIAN PENGARUH LANGSUNG

Pengujian Pengaruh	Koefisien Jalur	<i>p-value</i>	Keterangan
$ZX_1 \rightarrow ZY_1$	0,1399	0,1235	Tidak Signifikan
$ZX_2 \rightarrow ZY_1$	0,2259	0,0172	Signifikan
$ZX_3 \rightarrow ZY_1$	0,2541	0,0111	Signifikan
$ZX_4 \rightarrow ZY_1$	0,4394	0,0001	Signifikan
$ZX_5 \rightarrow ZY_1$	0,4581	0,0000	Signifikan
$ZX_6 \rightarrow ZY_1$	0,0751	0,5234	Tidak Signifikan
$ZX_7 \rightarrow ZY_1$	0,0896	0,3092	Tidak Signifikan
$ZX_8 \rightarrow ZY_1$	0,3687	0,0019	Signifikan
$ZY_1 \rightarrow ZY_2$	0,7665	0,0000	Signifikan

Hasil pengujian disajikan pada TABEL 3 di atas sehingga diperoleh interpretasi sebagai berikut:

1. Variabel Faktor Psikologi (X_1) berpengaruh positif yang berarti setiap kenaikan satu satuan Faktor Psikologi akan menaikkan Perkembangan *Cashless Society* sebesar 0,1399 dan tidak signifikan terhadap variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1)
2. Variabel Faktor Pribadi (X_2) berpengaruh positif yang berarti setiap kenaikan satu satuan Faktor Pribadi akan menaikkan Perkembangan *Cashless Society* sebesar 0,2259 dan signifikan terhadap variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1)
3. Variabel *Product* (X_3) berpengaruh positif yang berarti setiap kenaikan satu satuan *Product* akan menaikkan Perkembangan *Cashless Society* sebesar 0,2541 dan signifikan terhadap variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1)
4. Variabel *Price* (X_4) berpengaruh positif yang berarti setiap kenaikan satu satuan *Price* akan menaikkan Perkembangan *Cashless Society* sebesar 0,4394 dan signifikan terhadap variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1)
5. Variabel *Promotion* (X_5) berpengaruh positif yang berarti setiap kenaikan satu satuan *Promotion* akan menaikkan Perkembangan *Cashless Society* sebesar 0,4581 dan signifikan terhadap variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1)
6. Variabel *People* (X_6) berpengaruh positif yang berarti setiap kenaikan satu satuan *People* akan menaikkan Perkembangan *Cashless Society* sebesar 0,0751 dan tidak signifikan terhadap variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1)

7. Variabel *Process* (X_7) berpengaruh positif yang berarti setiap kenaikan satu satuan *Process* akan menaikkan Perkembangan *Cashless Society* sebesar 0,0896 dan tidak signifikan terhadap variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1)
8. Variabel *Physical Evidence* (X_8) berpengaruh positif yang berarti setiap kenaikan satu satuan *Physical Evidence* akan menaikkan Perkembangan *Cashless Society* sebesar 0,3687 dan signifikan variabel terhadap Perkembangan *Cashless Society* (Y_1)
9. Variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) berpengaruh positif yang berarti setiap kenaikan satu satuan Perkembangan *Cashless Society* akan menaikkan Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi sebesar 0,7665 dan signifikan terhadap variabel Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2)

D. Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian pengaruh tidak langsung memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Signifikan, jika $p\text{-value} < \alpha$ (0,05)
- b. Tidak Signifikan, jika $p\text{-value} > \alpha$ (0,05)

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung pada model disajikan pada TABEL 4 berikut.

TABEL 4. HASIL PENGUJIAN PENGARUH TIDAK LANGSUNG

Pengujian Pengaruh	Koefisien Jalur	$p\text{-value}$	Keterangan
$ZX_1 \rightarrow ZY_1 \rightarrow ZY_2$	0,1072	0,1337	Tidak Signifikan
$ZX_2 \rightarrow ZY_1 \rightarrow ZY_2$	0,1731	0,0251	Signifikan
$ZX_3 \rightarrow ZY_1 \rightarrow ZY_2$	0,1947	0,0178	Signifikan
$ZX_4 \rightarrow ZY_1 \rightarrow ZY_2$	0,3368	0,0007	Signifikan
$ZX_5 \rightarrow ZY_1 \rightarrow ZY_2$	0,3511	0,0002	Signifikan
$ZX_6 \rightarrow ZY_1 \rightarrow ZY_2$	0,0576	0,5253	Tidak Signifikan
$ZX_7 \rightarrow ZY_1 \rightarrow ZY_2$	0,0686	0,3149	Tidak Signifikan
$ZX_8 \rightarrow ZY_1 \rightarrow ZY_2$	0,2826	0,0049	Signifikan

Hasil pengujian disajikan pada TABEL 4 di atas sehingga diperoleh interpretasi sebagai berikut:

1. Variabel Faktor Psikologi (X_1) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,1072 yang tidak signifikan melalui variabel Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap variabel Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
2. Variabel Faktor Pribadi (X_2) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,1731 yang signifikan melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
3. Variabel *Product* (X_3) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,1947 yang signifikan melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
4. Variabel *Price* (X_4) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,3368 yang signifikan melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
5. Variabel *Promotion* (X_5) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,3511 yang signifikan melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
6. Variabel *People* (X_6) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,0576 yang tidak signifikan melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
7. Variabel *Process* (X_7) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,0686 yang tidak signifikan melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).
8. Variabel *Physical Evidence* (X_8) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,2826 yang signifikan melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2).

E. *Pendugaan Parameter*

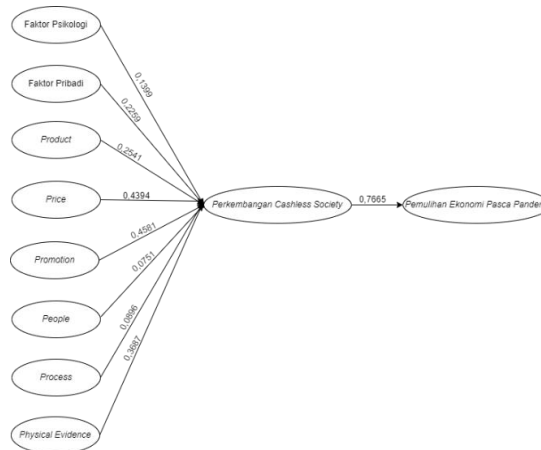
Hasil pendugaan parameter dapat dilihat pada persamaan berikut.

$$ZY_1 = 0,1399 ZX_1 + 0,2259 ZX_2 + 0,2541 ZX_3 + 0,4394 ZX_4 + 0,4581 ZX_5 + 0,0751 ZX_6 + 0,0896 ZX_7 + 0,3687 ZX_8 \quad (1)$$

$$ZY_2 = 0,7665Y_1 \quad (2)$$

Berdasarkan persamaan 1, dapat diketahui bahwa antara variabel Faktor Psikologi, Faktor Pribadi, *Product*, *Price*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* terhadap Perkembangan *Cashless Society* dengan arah hubungan yang positif. Ketika Faktor Psikologi, Faktor Pribadi, *Product*, *Price*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* meningkat maka Perkembangan *Cashless Society* juga akan semakin berkembang. Pada model jalur kedua, dapat dilihat bahwa Perkembangan *Cashless Society* memiliki arah hubungan yang positif dengan Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi. Ketika Perkembangan *Cashless Society* mengalami peningkatan maka Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi juga akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan koefisien *inner model* yang terbentuk maka diagram jalur dapat digambarkan pada GAMBAR 2.



GAMBAR 2. DIAGRAM JALUR PENELITIAN

F. *Koefisien Determinasi*

Dari model yang ada didapatkan bahwa variabel Faktor Psikologi (X_1), Faktor Pribadi (X_2), *Product* (X_3), *Price* (X_4), *Promotion* (X_5), *People* (X_6), *Process* (X_7), dan *Physical Evidence* (X_8) mampu menjelaskan Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi (Y_2) melalui Perkembangan *Cashless Society* (Y_1) sebesar 87%, sementara sisanya sebesar 13% dijelaskan oleh variabel di luar model.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa Faktor Pribadi, *Product*, *Price*, *Promotion*, *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan *Cashless Society*. Selain itu Perkembangan *Cashless Society* berpengaruh signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi. Dengan hasil analisis ini pula dapat diberikan saran yaitu untuk Perkembangan *Cashless Society* dapat ditingkatkan dengan fokus mendalam terhadap pengembangan pada beberapa variabel, terutama variabel *Price*, *Promotion*, dan *Physical Evidence*. Peningkatan perkembangan *Cashless Society* maka dapat mempengaruhi Pemulihan Ekonomi Pasca pandemi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa makalah ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami, para penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Solimun, M.S. selaku dosen yang telah membimbing para penulis untuk bisa menyelesaikan makalah yang digunakan untuk mengikuti Lomba dan Seminar Matematika XXXI.
2. Orang tua yang telah memberikan dukungan, semangat, kasih sayang, dan doa.

3. Yossy Maynaldi Pratama yang telah membantu menyusun dan memberikan saran-saran yang membangun dalam penulisan makalah yang digunakan untuk mengikuti Lomba dan Seminar Matematika XXXI.
4. Teman - teman satu tim yang telah membantu dalam penyusunan makalah ini yang digunakan untuk mengikuti Lomba dan Seminar Matematika XXXI.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ameli, A., Hasanah, U., Rahman, H., & Putra, A. M. (2020). Analisis keefektifan pembelajaran online di masa pandemi COVID-19. *Mahaguru: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 2(1), 28-37.
- [2] Andriani, A. D., Yuniawati, R. I., Hamidin, D., Priambodo, A., Sulaeman, M., Susanti, L., ... & Martono, S. (2022). *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society*. TOHAR MEDIA.
- [3] Dubois, B., & Kotler, P. (1986). *Marketing management*. Publi-union.
- [4] Hazbiyah, S., & Wuryanta, E. W. (2020). Fenomena Cashless Pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(2), 185-199.
- [5] Hasibuan, I. A. (2020). Pengaruh Tingkat Pemahaman E-Money Dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Masyarakat Pemilik OVO Di Medan) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- [6] Indonesia, B. (2016). Kajian Ekonomi Regional. On-line), tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomi-regional/lampung/pages/KEKR-Provinsi-Lampung-Periode-Mei-2019.aspx> (24 Juni 2019).
- [7] Putra, A. S., Waruwu, H., Asbari, M., Novitasari, D., & Purwanto, A. (2020). Leadership in the Innovation Era: Transactional or Transformational Style?. *International Journal of Social and Management Studies*, 1(1), 89-94.
- [8] Solimun. 2013. Penguatan Metodologi Penelitian, Generalized Structural Component
- [9] Warjiyo, P., & Juhro, S. M. (2019). *Central bank policy: Theory and practice*. Emerald Group Publishing. Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- [10] Yuriska, M. R., & Sukirno, I. (2016). Pengaruh Faktor Sosial, Personal, Psychological, Dan Kultural Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Centro Department Store Melalui Stimulus Midnight Sale.