

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan munculnya perkembangan uang elektronik di Indonesia yang mulai menggantikan transaksi tunai ke non tunai. Saat ini di Indonesia telah tersedia 20 penyedia uang elektronik, terdiri dari perusahaan telekomunikasi dan perbankan dengan jumlah peredaran uang elektronik yang semakin berkembang dari tahun ke tahunnya. Pada tahun 2014, Bank Indonesia membuat suatu gerakan bagi masyarakat Indonesia yaitu “Gerakan Nasional Non Tunai” yaitu suatu gerakan untuk masyarakat melakukan pembayaran dengan non tunai. Pada penelitian ini, dilakukan penelitian pada lima objek merek uang elektronik dengan jumlah uang elektronik yang beredar dan jumlah transaksi tertinggi di Indonesia yaitu Mandiri *e-money*, Flazz BCA, BRIZZI, Rekening Ponsel dan Tapcash BNI.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran peta *positioning* mengenai uang elektronik berdasarkan persepsi masyarakat yang menggunakan dan tidak menggunakan uang elektronik di Indonesia tahun 2017. Atribut yang akan di analisis yaitu keamanan transaksi, kecepatan transaksi, diskon dan promosi, efisiensi menggunakan uang elektronik dan banyaknya *merchant*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis deskriptif. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner secara *online* dan *offline* pada 400 responden di Indonesia. Teknik analisis data menggunakan *multidimensional scaling* (MDS).

Hasil penelitian dari persepsi berdasarkan kemiripan menunjukkan bahwa uang elektronik merek Flazz BCA dan Mandiri *e-money* dan juga pada merek BRIZZI dan Tapcash BNI memiliki kemiripan antar produknya yang artinya memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Namun, pada merek Rekening Ponsel tidak memiliki kemiripan dengan merek lainnya maka Rekening Ponsel tidak memiliki persaingan dengan yang lainnya. Pada hasil persepsi berdasarkan atribut, pengguna uang elektronik mempersepsikan Mandiri *e-money* menjadi yang paling unggul, diikuti oleh Flazz BCA, BRIZZI, Tapcash BNI dan Rekening Ponsel. Selanjutnya, hasil dari persepsi berdasarkan atribut menurut bukan pengguna uang elektronik bahwa Flazz BCA menjadi yang paling unggul, diikuti oleh Mandiri *e-money*, BRIZZI, Tapcash BNI dan Rekening Ponsel.

Saran berdasarkan hasil penelitian yaitu perlu adanya kerjasama antara perusahaan penyedia uang elektronik dengan pemerintah untuk membuat satu uang elektronik di Indonesia dengan manfaat dan kemudahan bagi penggunanya. Maka dari itu, perlu adanya perhatian khusus oleh perusahaan-perusahaan penyedia uang elektronik agar dapat memiliki keunggulan produk yang dapat dirasakan oleh penggunanya.

**Kata Kunci:** *Multidimensional Scaling, Perceptual Map, Persepsi, Positioning Uang Elektronik*