

ANALISIS MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) DALAM KEGIATAN TRANSAKSI BERBELANJA ONLINE (STUDI KAUSUS MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH UIN BUKITTINGGI ANGAKATAN 2021)

Shermi Amanda¹, Andis Febrian²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Email: shermiamanda12@gmail.com¹, andisfebrian@uinbukittinggi.ac.id²

ABSTRAK

Artikel ini dilatarbelakangi dengan permasalahan pada penelitian ini yaitu masih rendahnya tingkat pengetahuan mahasiswa mengenai uang elektronik (e-money), adanya kesalahan pemanfaatan uang elektronik (e-money) oleh mahasiswa, kemudahan yang diberikan oleh aplikasi uang elektronik (e-money) dalam bertransaksi sering kali membuat mahasiswa lupa, dan tidak sadar mendorong terciptanya perilaku konsumtif. Promo cashback, diskon, serta kemudahan pembayaran membuat mereka sering berbelanja tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh seperti promo, cashback serta kemudahan dalam transaksi menjadi alasan utama mereka memilih menggunakan uang elektronik (e-money) dalam transaksi berbelanja online. Namun, ditemukan pula bahwa kemudahan ini memicu perilaku konsumtif akibat berbagai promo dan cashback yang ditawarkan oleh aplikasi e-money.

Kata Kunci: E-money, Berbelanja Online, Minat Mahasiswa.

ABSTRACT

Abstract written in English, no more than 250 words. The Abstract section must contain the essence of the The issues raised by this study inspired this piece of writing. Specifically, the students' lack of understanding of electronic money (e-money), their tendency to abuse e-money, the fact that e-money apps make transactions so easy that students forget about them, and the fact that these apps unintentionally promote the development of consumer behavior. They frequently buy without thinking about what they actually need because of cashback promos, discounts, and the convenience of payment. The study's findings revealed that individuals mostly opted to utilize electronic money (e-money) for online shopping due to its perceived simplicity of use and the benefits it offers, such as promotions, rewards, and easy transactions. Nevertheless, it was also discovered that e-money programs' numerous promotions and cashbacks influence consumer behavior, notwithstanding the convenience.

Keywords: E-money, Online Shopping, Student Interest.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sistem pembayaran. Seiring dengan meningkatnya penetrasi

internet dan penggunaan perangkat pintar, masyarakat mulai beralih ke metode transaksi non-tunai yang lebih cepat dan efisien. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah penggunaan uang elektronik (e-money). Uang elektronik memberikan kemudahan dalam transaksi keuangan tanpa perlu menggunakan uang tunai, sehingga mempercepat proses pembayaran dan meningkatkan efisiensi ekonomi (Rahman & Setiawan, 2021). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa adopsi e-money di berbagai negara, termasuk Indonesia, terus meningkat seiring dengan perkembangan infrastruktur digital dan kebijakan pemerintah dalam mendukung ekosistem cashless society (Kurniawan et al., 2020).

Meskipun tren penggunaan uang elektronik mengalami peningkatan, masih terdapat tantangan yang dihadapi oleh pengguna, terutama dalam aspek keamanan dan kebiasaan konsumtif. Beberapa penelitian menyoroti bahwa transaksi digital sering kali menghadapi risiko keamanan data, penipuan, serta ketidakpahaman pengguna terhadap mekanisme pengembalian dana saat terjadi transaksi yang tidak sesuai (Lestari et al., 2019). Selain itu, kecenderungan belanja impulsif yang dipicu oleh kemudahan pembayaran elektronik menjadi perhatian utama, terutama di kalangan generasi muda (Puteri et al., 2022). Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam pemahaman dan kontrol pengguna terhadap penggunaan uang elektronik dalam kehidupan sehari-hari.

Gap analysis dalam penelitian ini terletak pada kurangnya kajian mendalam mengenai dampak penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada aspek teknologi dan regulasi, namun belum secara spesifik membahas pola konsumsi mahasiswa dalam konteks ekonomi syariah (Siregar & Hakim, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana tingkat adopsi e-money mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa perbankan syariah UIN Bukittinggi angkatan 2021.

**Tabel 1 Jumlah Transaksi Menggunakan Uang Elektronik Di Indonesia
Tahun 2019-2023**

No.	Tahun	Jumlah
1.	2019	5.226.700
2.	2020	4.625.704
3.	2021	5.451.704
4.	2022	6.925.778
5.	2023	7.734.227

Sumber: Bank Indonesia

Data pada tabel menunjukkan bahwa jumlah transaksi uang elektronik menurun dari 5.226.700 pada tahun 2019 menjadi 4.625.704 pada tahun 2020. Pandemi COVID-19 melumpuhkan daya beli masyarakat Indonesia dengan membatasi mobilitas mereka, yang menyebabkan penurunan ini. Sebagai hasil dari individu yang menyesuaikan diri dengan skenario pandemi dan beralih ke transaksi berbasis digital, volume penggunaan uang elektronik (e-money) meningkat lagi pada tahun 2021 dan 2022. Dari 5.451.704 menjadi 6.925.778 orang, jumlahnya meningkat. Menjamurnya platform e-commerce yang menerima metode pembayaran selain uang tunai atau mata uang elektronik (e-money) pada tahun 2023 menjadi indikasi semakin populernya alternatif ini di Indonesia. Meningkatnya popularitas belanja online yang meroket sangat terkait dengan tren umum volume transaksi e-money yang terus meningkat selama beberapa tahun terakhir. pasar daring yang terus berkembang dan menyediakan cara yang aman dan mudah bagi pelanggan untuk membeli barang secara daring. Fakta bahwa semakin banyak transaksi dilakukan menggunakan uang elektronik menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mulai mengadopsi masyarakat non-tunai.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis fenomena ini adalah melalui wawancara dan survei terhadap mahasiswa sebagai populasi yang merepresentasikan generasi digital. Studi ini akan menggali faktor-faktor yang mendorong penggunaan e-money di kalangan mahasiswa serta permasalahan yang mereka hadapi dalam transaksi elektronik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai bagaimana teknologi keuangan berinteraksi dengan aspek sosial dan ekonomi dalam kehidupan mahasiswa.

Tabel 2 Jumlah Pengguna Uang Elektronik (E-money) Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Bukittinggi Angkatan 2021

No.	Nama kelas	Jumlah pengguna uang elektronik	Jumlah anggota kelas	Presentase penggunaan uang elektronik
1.	Ps A	23	31	74%
2.	Ps B	15	35	42%
3.	Ps C	7	34	21%
4.	Ps D	10	29	34%
5.	Ps E	5	33	15%
6.	Ps F	16	39	41%
7.	Ps G	15	36	42%
8.	PS H	22	29	76%
9.	PS I	11	31	35%

Sumber: hasil wawancara dengan mahasiswa yang dikembangkan oleh peneliti

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana e-money mempengaruhi perilaku belanja mahasiswa perbankan syariah, baik dari sisi kemudahan

transaksi maupun dampak negatif seperti peningkatan perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kendala yang dialami oleh mahasiswa yang tidak menggunakan e-money, termasuk hambatan teknologi dan kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat dirumuskan rekomendasi yang lebih efektif dalam meningkatkan literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan kebijakan di sektor keuangan digital, terutama dalam penguatan regulasi terhadap layanan e-money yang sesuai dengan prinsip syariah. Fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah menjadi acuan penting dalam memastikan transaksi digital tidak melanggar prinsip syariah, seperti larangan riba, gharar, dan maisir (Dewan Syariah Nasional-MUI, 2017). Dengan adanya regulasi ini, masyarakat Muslim di Indonesia dapat lebih percaya diri dalam menggunakan layanan keuangan digital.

Selain dari aspek regulasi, penelitian ini juga menyoroti pentingnya edukasi bagi mahasiswa mengenai penggunaan uang elektronik secara bijak. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan yang rendah dapat meningkatkan risiko pengeluaran berlebihan akibat kemudahan transaksi digital (Alamsyah et al., 2020). Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan digital menjadi strategi penting dalam menciptakan keseimbangan antara manfaat teknologi dan kontrol terhadap perilaku konsumsi.

Lebih lanjut, penelitian ini juga membahas bagaimana penggunaan e-money dapat mendorong inklusi keuangan di kalangan mahasiswa. Keberadaan e-wallet seperti OVO, Dana, dan LinkAja telah membuka akses ke layanan keuangan bagi mereka yang sebelumnya tidak memiliki rekening bank (Santoso & Wijayanto, 2021). Dengan meningkatnya adopsi uang elektronik, mahasiswa dapat lebih mudah mengakses berbagai layanan keuangan tanpa harus bergantung pada sistem perbankan konvensional.

Dengan memahami dinamika penggunaan e-money di kalangan mahasiswa perbankan syariah UIN Bukittinggi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai transformasi ekonomi digital di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi literasi keuangan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan generasi digital. Dalam jangka panjang, pemahaman yang lebih baik mengenai e-money diharapkan dapat mendorong adopsi yang lebih luas sekaligus meminimalkan dampak negatif dari penggunaan uang elektronik dalam kehidupan sehari-hari.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Minat

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memberikan perhatian atau ketertarikan lebih terhadap suatu objek, aktivitas, atau bidang tertentu. Minat bisa muncul secara alami atau terbentuk melalui pengalaman dan pembelajaran. Menurut Slameto (2010), minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Seseorang yang memiliki minat tinggi terhadap sesuatu cenderung lebih bersemangat dan berkomitmen dalam menjalani aktivitas tersebut.

Dalam konteks pendidikan dan ekonomi, minat sangat berpengaruh terhadap perilaku individu dalam mengambil keputusan, seperti dalam memilih pekerjaan, membeli produk, atau menggunakan layanan keuangan. Misalnya, dalam belanja online, minat konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti promosi, kemudahan transaksi, dan pengalaman sebelumnya (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, perusahaan sering melakukan riset untuk memahami minat konsumen guna meningkatkan daya tarik produk mereka.

Minat juga berperan dalam perkembangan teknologi keuangan, seperti dalam penggunaan uang elektronik. Menurut Davis (1989) dalam teori Technology Acceptance Model (TAM), minat seseorang dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Jika seseorang merasa teknologi keuangan, seperti e-wallet, memberikan manfaat dalam transaksi sehari-hari, maka minatnya untuk terus menggunakannya akan meningkat.

Uang Elektronik

Istilah "uang elektronik" mengacu pada instrumen pembayaran digital yang telah menggantikan uang tunai dalam banyak transaksi daring. Uang elektronik didefinisikan oleh Bank Indonesia (2021) sebagai media yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran; uang elektronik menyimpan nilai moneter secara elektronik, seperti kartu atau server. Uang elektronik telah muncul sebagai opsi yang layak untuk sistem pembayaran kontemporer yang berupaya meningkatkan efisiensi dan keamanan. Kenyamanan dan kecepatan transaksi daring merupakan manfaat utama uang elektronik. Uang elektronik menghilangkan kebutuhan pengguna untuk membawa sejumlah besar mata uang, yang membuatnya lebih praktis dan tidak mudah dicuri atau hilang (Arifin, 2020). Selain itu, penggunaan e-money juga membantu pemerintah dalam mengurangi penggunaan uang tunai, yang dapat mengurangi biaya pencetakan dan distribusi uang kertas dan logam.

Namun, meskipun memiliki banyak keunggulan, penggunaan uang elektronik juga memiliki tantangan, seperti risiko keamanan data dan ketergantungan pada jaringan internet. Jika terjadi gangguan sistem atau kebocoran data, pengguna bisa mengalami kerugian finansial (Nugroho, 2022). Oleh karena itu, regulasi yang ketat dan peningkatan literasi keuangan digital sangat diperlukan untuk memastikan penggunaan uang elektronik yang aman dan efisien.

Belanja Online

Belanja online adalah aktivitas pembelian barang atau jasa melalui platform digital tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Perkembangan teknologi dan internet telah mendorong pertumbuhan e-commerce secara pesat. Menurut Kotler & Armstrong (2020), belanja online memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari, membandingkan, dan membeli produk dengan cepat tanpa batasan geografis. Hal ini membuat konsumen lebih fleksibel dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Faktor utama yang mendorong pertumbuhan belanja online adalah kemudahan akses, beragamnya pilihan produk, dan berbagai promo menarik yang ditawarkan oleh e-commerce. Menurut penelitian Statista (2021), jumlah pengguna e-commerce di Indonesia terus meningkat setiap tahun seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital. Selain itu, metode pembayaran yang semakin beragam, seperti e-wallet dan paylater, juga turut meningkatkan minat belanja online.

Namun, belanja online juga memiliki risiko, seperti penipuan, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, serta keterlambatan pengiriman (Laudon & Traver, 2019). Oleh karena itu, konsumen perlu lebih berhati-hati dalam memilih platform dan penjual terpercaya. Pemerintah dan penyedia layanan e-commerce juga memiliki peran dalam melindungi hak-hak konsumen dengan menerapkan regulasi yang ketat serta memastikan transparansi dalam transaksi digital.

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif diterapkan untuk investigasi. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian postpositivisme yang terutama menggunakan peneliti sebagai instrumen untuk mempelajari objek di lingkungan alaminya. Hasil lebih menekankan pada makna daripada keumuman, dan pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (kombinasi) dengan analisis data induktif dan deduktif. Akibatnya, metode ini konsisten dengan tujuan penelitian, yaitu untuk menyelidiki bagaimana mahasiswa melihat aplikasi praktis uang elektronik. Partisipan dalam penelitian ini adalah

mahasiswa sarjana yang terdaftar dalam program Perbankan Islam di UIN Bukittinggi pada kelas 2021 dari September 2024 hingga akhir tahun akademik.

Sumber informasi primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Informan kunci adalah mahasiswa Perbankan Islam kelas 2021 di UIN Bukittinggi yang merupakan pengguna berat uang elektronik (e-money). Kami mengumpulkan data primer dari mereka melalui observasi dan wawancara. Creswell (2014) berpendapat bahwa peneliti menggunakan data primer, yang diperoleh langsung oleh mereka untuk alasan penelitian tertentu, karena data tersebut mutakhir. Di samping pengumpulan data primer, buku, jurnal, dan makalah yang relevan disisir untuk mengungkap data sekunder. Analisis dan pembahasan dalam penelitian ini didukung oleh data sekunder ini (Sugiyono, 2019). Anggota kelas Perbankan Islam tahun 2021 di UIN Bukittinggi yang sering menggunakan uang elektronik menjadi informan utama untuk penelitian ini.

Untuk melihat lebih dalam tentang kepraktisan dan kemudahan penggunaan uang elektronik, peneliti mencari berbagai sumber dengan pengetahuan langsung. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data termasuk observasi yang cermat, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang cermat. Peneliti menggunakan observasi non-partisipan dalam penelitian ini, yang memerlukan pengamatan siswa menghabiskan uang elektronik tanpa mengambil bagian dalam tindakan aktual apa pun sendiri (Sugiyono, 2019). Untuk mengetahui minat dan pengetahuan angkatan 2021 terhadap uang elektronik dan kesesuaiannya dengan prinsip syariah, dilakukan wawancara terhadap 297 mahasiswa Program Studi Perbankan Islam UIN Bukittinggi, baik secara langsung maupun daring. Berbagai sumber tertulis, termasuk jurnal, buku, dan peraturan, dikonsultasikan untuk mengumpulkan data sekunder mengenai penggunaan uang elektronik yang sesuai dengan prinsip syariah (Sugiyono, 2019). Metode reduksi data, analisis data, dan penyusunan kesimpulan digunakan untuk melakukan analisis kualitatif setelah pengumpulan data selesai. Sementara analisis data dilakukan secara mendalam untuk mengevaluasi temuan penelitian, reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi yang relevan dan membuatnya lebih sistematis (Miles & Huberman, 1994). Pandangan mahasiswa tentang uang elektronik dan hubungannya dengan prinsip perbankan syariah akan menginformasikan hasil akhir.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara, peneliti dapat memperoleh informasi mendalam mengenai minat penggunaan uang elektronik (e-money) dalam transaksi belanja daring. Wawancara memungkinkan adanya komunikasi langsung antara peneliti dan nasabah, sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan sesuai dengan pengalaman nyata para pengguna. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan nasabah yang aktif menggunakan e-money, khususnya dari kalangan mahasiswa perbankan Islam angkatan 2021.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih e-money karena kemudahannya dalam bertransaksi serta efisiensi waktu yang ditawarkan. Faktor lain yang turut memengaruhi minat penggunaan e-money adalah adanya berbagai promo dan cashback yang sering ditawarkan oleh penyedia layanan. Selain itu, responden juga mengungkapkan bahwa e-money memberikan keamanan lebih dalam bertransaksi dibandingkan metode pembayaran konvensional, seperti transfer manual atau pembayaran tunai.

Namun, meskipun e-money menawarkan banyak keuntungan, beberapa kendala juga ditemukan dalam penggunaannya. Beberapa responden menyatakan bahwa keterbatasan jaringan internet dan gangguan teknis dari aplikasi sering menjadi hambatan dalam transaksi. Selain itu, ada pula kekhawatiran terkait perlindungan data pribadi serta potensi penyalahgunaan saldo e-money jika akun diretas. Dengan demikian, meskipun minat penggunaan e-money cukup tinggi, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi agar penggunaannya semakin optimal di masa mendatang.

Tren Penggunaan E-Money Sejak Kapan dan Seberapa Aktif Penggunaannya

Tabel 3 Hasil Wawancara

No	Nama Mahasiswa	Jawaban
1	Fitriana	Ya, saya aktif menggunakan e-money sejak 2020
2	Fariza	Iya, saya mulai pakai e-money sejak 2019
3	Sri Anggraini	Iya, saya mulai menggunakan uang elektronik dari tahun 2021
4	Silvia Wisra Yulia	Iya saya mulai pakai e-money sejak 2021
5	Alifia Khairunisa	Iya, saya sudah menggunakan e-money sejak 2021
6	Novita Sari	Ya, sejak 2020
7	Sofia Aptilia	Saya mulai pakai e-money sejak awal 2021
8	Halda	Iya, sudah sejak 2020
9	Gusnita Merdeka Pertiwi	Iya saya menggunakan uang elektronik dari tahun 2021
10	Putri Anily	Iya, saya menggunakan uang elektronik dari tahun 2021

Sumber: wawancara dengan mahasiswa perbankan syariah pengguna aktif uang elektronik (e-money) angkatan 2021 pada tanggal 9-16 Januari 2024.

Mahasiswa yang mengambil jurusan perbankan Islam telah mulai memanfaatkan uang elektronik (e-money) secara ekstensif sejak tahun 2019, menurut data yang ditunjukkan pada tabel di atas.

Aplikasi E-Money Favorit dalam Belanja Online, Preferensi, dan Pola Penggunaan

Karena lebih praktis dan sering kali ada insentif yang menggiurkan seperti cashback atau diskon, mayoritas dari mereka memanfaatkan uang elektronik seperti Dana, ShopeePay, atau BRImo untuk berbelanja daring, seperti yang terlihat pada tabel di atas. Memiliki uang tunai atau uang receh adalah sesuatu dari masa lalu dengan uang elektronik. Karena pembayaran langsung lebih praktis, beberapa orang juga menggunakan GoPay untuk membayar makanan melalui GoFood atau untuk membeli barang di TikTok Shop. Di sisi lain, beberapa orang lebih suka membayar tunai saat pengantaran (COD) karena membuat mereka merasa lebih aman dan mereka tidak ingin mengambil risiko mendapatkan produk yang cacat atau terlambat. Setelah mengalami masalah seperti barang yang tidak sesuai pesanan atau pengiriman yang terlambat, beberapa responden juga mulai lebih jarang menggunakan uang elektronik. Dengan demikian, meskipun uang elektronik banyak digunakan, beberapa orang masih lebih suka menggunakan pembayaran tunai saat pengantaran (COD), dan preferensi ini didasarkan pada pengalaman dan kebutuhan mereka sendiri.

Kekhawatiran dalam Transaksi E-Money, Faktor Keamanan dan Risiko Pengguna

Tabel 4 Hasil Wawancara

No	Nama Mahasiswa	Jawaban
1	Fitriana	Iya, kadang takut transaksi saya gagal tapi uangnya udah kebayar
2	Fanza	Iya, saya kadang khawatir kena penipuan online, jadi suka ragu kalau harus pake e-money
3	Sri Anggraini	Iya, kadang khawatir kalau refund-nya nggak jelas, apalagi kalau barangnya nggak sesuai sama yang saya harap
4	Silvia Wisra Yulia	Pernah, takut barangnya nggak sampai atau nggak sesuai sama yang dipesan, tapi uangnya udah kebayar
5	Alifia Khairunnisa	Saya pernah khawatir kalau aplikasinya error pas transaksi, jadinya uangnya bisa hilang atau lama diproses
6	Novita Saei	Iya, saya sering khawatir takutnya uang udah kepotong tapi barang nggak sampai, apalagi kalau belanja di toko yang baru pertama kali dicoba
7	Sofia Aprilia	Iya, saya pernah khawatir kalau transaksi salah, uang udah terpotong tapi barangnya belum dikirim
8	Ismeyulda	Iya, saya suka khawatir kalau ada penipuan, kayak barangnya ternyata palsu atau nggak sesuai foto, tapi uangnya udah kepotong duluan
9	Gusni Merdeka Pertiwi	Pernah, saya takut kalau tiba-tiba ada masalah teknis di aplikasi e-money, misalnya transaksi nggak tercatat dengan benar dan duitnya malah hilang gitu aja
10	Putri Anjly	Iya, kadang takut juga sih kalau lagi belanja online, udah bayar pake e-money tapi barangnya nggak dikirim, terus susah buat minta uang baliknya

Sumber: wawancara dengan mahasiswa perbankan syariah pengguna aktif uang elektronik (e-money) angkatan 2021 pada tanggal 9-16 Januari 2024.

Ada banyak kekhawatiran di antara responden terkait penggunaan uang elektronik untuk transaksi daring, seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas. Mereka khawatir kesalahan aplikasi akan menyebabkan prosedur menjadi terlalu lama, transaksi gagal, atau menyebabkan dana hilang. Tidak hanya itu, orang lain juga khawatir barang yang mereka terima salah, tidak pernah dikirim, atau mereka kesulitan mendapatkan kembali uang mereka. Mereka juga merasa khawatir saat berbelanja daring karena penipuan, yang meliputi barang palsu dan toko yang tidak dapat dipercaya. Jadi, meskipun uang elektronik praktis, sebagian orang tetap khawatir tentang keamanan dan kemudahan transaksinya.

Pengalaman Berbelanja Online dengan E-Money, Manfaat dan Tantangan

Tabel 5 Hasil Wawancara

No	Nama Mahasiswa	Jawaban
1	Fitriana	Iya
2	Fariza	Iya
3	Sri Anggraini	Iya
4	Silvia Wisra Yulia	Iya
5	Alifia Khairunisa	Iya
6	Novita Sari	Iya
7	Sofia Aprilia	Iya
8	Ismeyralda	Iya
9	Gusnita Merdeka Pertiwi	Iya
10	Putri Anjly	Iya

Sumber: wawancara dengan mahasiswa perbankan syariah pengguna aktif uang elektronik (e-money) angkatan 2021 pada tanggal 9-16 Januari 2024.

Penawaran cashback atau diskon dari aplikasi uang elektronik (e-money) berdampak besar pada pilihan metode pembayaran mereka, seperti yang terlihat pada tabel di atas. Salah satu daya tarik utama e-money bagi pelajar adalah kemungkinan cashback atau diskon.

Daya Tarik Promosi E-Money dan Pengaruh Cashback serta Diskon terhadap Pengguna

Tabel 6 Hasil Wawancara

No	Nama Mahasiswa	Jawaban
1	Fitriana	Iya, menurut saya cukup jelas
2	Fariza	Iya,
3	Sri Anggraini	Iya
4	Silvia Wisra Yulia	Iya
5	Alifia Khairunisa	Iya
6	Novita Sari	Iya
7	Sofia Aprilia	Iya
8	Ismeyralda	Iya
9	Gusnita Merdeka Pertiwi	Iya
10	Putri Anjly	Iya

Sumber: wawancara dengan mahasiswa perbankan syariah pengguna aktif uang elektronik (e-money) angkatan 2021 pada tanggal 9-16 Januari 2024.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa semua responden menganggap fitur aplikasi e-money mudah digunakan, seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas. Hal ini menunjukkan bahwa persyaratan aplikasi e-money telah terpenuhi, terutama terkait kesederhanaan dan kemudahan penggunaan.

Pembahasan

Analisis Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dalam Kegiatan Transaksi Berbelanja Online Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2012

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 10 mahasiswa pengguna aktif uang elektronik (e-money), mayoritas responden telah menggunakan e-money sejak tahun 2022 hingga sekarang. Beberapa di antaranya bahkan telah mulai menggunakan e-money sejak tahun 2020 atau 2021.

Sebagian besar responden menggunakan aplikasi e-money seperti Dana, ShopeePay, dan BRImo untuk berbelanja online karena lebih praktis dan sering menawarkan promo menarik seperti cashback dan diskon. Selain itu, beberapa responden juga menggunakan GoPay untuk memesan makanan secara online melalui GoFood serta berbelanja kebutuhan di TikTok Shop. Penggunaan e-money dianggap lebih praktis karena tidak perlu menyiapkan uang tunai atau kembalian. Namun, ada juga responden yang lebih memilih metode pembayaran COD karena merasa lebih aman dan khawatir barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan.

Meskipun e-money memberikan berbagai kemudahan, beberapa responden tetap memiliki kekhawatiran, terutama terkait dengan kemungkinan transaksi gagal, uang yang hilang, serta aplikasi yang error akibat ketidakstabilan jaringan. Selain itu, mereka juga

khawatir mengenai kesulitan dalam proses refund jika terjadi kendala dalam transaksi. Namun, meskipun ada kekhawatiran tersebut, responden tetap memilih menggunakan e-money karena kemudahan penggunaannya serta keuntungan berupa cashback dan diskon yang berpengaruh besar terhadap keputusan mereka dalam memilih metode pembayaran ini.

Responden umumnya merasa bahwa fitur-fitur dalam aplikasi e-money mudah dipahami, dan sebagian besar aplikasi menyediakan panduan atau bantuan bagi pengguna baru. Namun, pengalaman ini bergantung pada aplikasi yang digunakan, karena ada beberapa aplikasi yang dianggap kurang memberikan panduan yang jelas bagi pengguna baru. Secara umum, mayoritas responden jarang mengalami kendala dalam penggunaan e-money, meskipun ada beberapa kasus seperti akun yang terblokir akibat lupa PIN atau kesalahan dalam memasukkan nomor BRIVA. Masalah-masalah ini umumnya dapat diatasi dengan mendatangi bank atau menyelesaikannya secara mandiri.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama:

1. *Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)* Responden percaya bahwa e-money mudah digunakan, sehingga mereka memiliki niat untuk terus menggunakannya. Meskipun ada risiko transaksi gagal atau kesulitan refund, mereka tetap memilih e-money karena kemudahan fitur dan adanya panduan dalam aplikasi.
2. *Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan)* Penggunaan e-money dianggap memberikan manfaat signifikan dalam meningkatkan kenyamanan dan efisiensi berbelanja online. Responden merasa e-money sangat praktis untuk transaksi kecil karena tidak perlu menyiapkan uang pas atau kembalian. Untuk transaksi besar, e-money juga dianggap lebih aman karena mengurangi risiko kehilangan uang tunai. Selain itu, adanya promo seperti cashback, diskon, dan flash sale memberikan keuntungan finansial tambahan.

Namun, manfaat tersebut juga mendorong perilaku konsumtif di kalangan responden. Banyak yang mengakui sering membeli barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan hanya karena tergiur promo atau cashback. Promo dengan batas waktu tertentu sering kali menciptakan dorongan untuk segera berbelanja meskipun barang tersebut tidak terlalu diperlukan.

Kesimpulannya, persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang ditawarkan e-money sangat memengaruhi keputusan responden dalam menggunakannya. Responden merasa nyaman menggunakan e-money karena fitur yang sederhana dan panduan yang jelas, serta

keuntungan berupa cashback dan diskon yang meningkatkan daya tariknya. Meskipun ada beberapa kendala dan kekhawatiran, mayoritas responden tetap memilih e-money sebagai metode pembayaran utama dalam transaksi sehari-hari.

Perilaku konsumtif pada penggunaan uang elektronik (e-money) dalam transaksi berbelanja online

Dalam Islam, perilaku konsumen diarahkan untuk bertindak bijaksana, hemat, dan tidak berlebihan. Konsumtif, atau perilaku yang cenderung memboroskan harta untuk hal-hal yang tidak diperlukan, dilarang karena bertentangan dengan prinsip hidup yang sederhana dan bermanfaat. Sebagai konsumen yang berlandaskan syariah, seseorang seharusnya membeli barang berdasarkan kebutuhan, bukan sekadar keinginan semata. Sikap ini mencerminkan keseimbangan dalam kehidupan dan menunjukkan kepatuhan terhadap ajaran Islam yang mengutamakan kesederhanaan serta kebermanfaatan dalam penggunaan harta.

Dalam konteks penggunaan e-money, kemudahan transaksi dan berbagai promo seperti cashback dan diskon sering kali membuat seseorang tergoda untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Kemajuan teknologi keuangan memang membawa berbagai manfaat, tetapi juga dapat mendorong perilaku konsumtif yang bertentangan dengan ajaran Islam. Jika tidak dikontrol, kebiasaan ini dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terkendali dan menjauhkan seseorang dari prinsip hidup hemat serta bertanggung jawab dalam mengelola harta. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran untuk menggunakan e-money secara bijak agar tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Ayat ini menegaskan pentingnya moderasi dalam pengeluaran, di mana seseorang tidak boleh bersikap boros, tetapi juga tidak boleh terlalu kikir. Dengan berpegang pada prinsip ini, seorang muslim dapat memastikan bahwa setiap pengeluaran dilakukan dengan pertimbangan yang matang dan sesuai dengan kebutuhan.

Dengan memahami ayat-ayat tersebut, seorang konsumen syariah diharapkan mampu mengontrol pengeluaran, mengutamakan kebutuhan yang benar-benar penting, dan memastikan setiap transaksi membawa manfaat. Larangan konsumtif bukan hanya untuk menjaga harta, tetapi juga untuk memastikan keberkahan dalam setiap penggunaan harta. Hal ini penting agar kehidupan tetap seimbang dan jauh dari dampak negatif seperti utang atau pemborosan. Pada akhirnya, sikap bijak dalam berbelanja akan membawa kebaikan, baik secara finansial maupun spiritual, serta mendukung terciptanya kehidupan yang lebih berkah dan sejahtera.

Selain itu, dalam Islam, harta yang dimiliki seseorang bukan hanya untuk kepentingan pribadi, tetapi juga memiliki aspek sosial yang harus diperhatikan. Harta seharusnya dikelola dengan baik agar tidak hanya bermanfaat bagi diri sendiri, tetapi juga bagi orang lain. Oleh karena itu, perilaku konsumtif yang berlebihan dapat menghambat seseorang dalam berbagi rezeki melalui sedekah, zakat, atau infak. Ketika seseorang terlalu fokus pada pemenuhan keinginan yang tidak perlu, maka ia bisa melupakan tanggung jawab sosialnya terhadap sesama. Dengan demikian, mengendalikan pengeluaran bukan hanya tentang menjaga stabilitas keuangan pribadi, tetapi juga tentang memastikan bahwa harta yang dimiliki dapat memberikan manfaat yang lebih luas.

Di era digital seperti sekarang, godaan untuk bersikap konsumtif semakin besar. Iklan yang menarik, kemudahan pembayaran, serta tren gaya hidup modern sering kali membuat seseorang merasa perlu membeli sesuatu meskipun tidak benar-benar membutuhkannya. Islam mengajarkan pentingnya kesadaran diri dalam berbelanja, yaitu dengan selalu mempertimbangkan manfaat dan kebutuhan sebelum membeli sesuatu. Salah satu cara untuk menghindari perilaku konsumtif adalah dengan membuat perencanaan keuangan yang baik, seperti menetapkan anggaran belanja dan membatasi penggunaan e-money hanya untuk kebutuhan pokok. Dengan begitu, seseorang bisa lebih disiplin dalam mengelola keuangan dan terhindar dari pemborosan.

Selain pengendalian diri dalam berbelanja, Islam juga menekankan pentingnya rasa syukur terhadap apa yang telah dimiliki. Sikap konsumtif sering kali muncul karena seseorang merasa kurang puas dengan apa yang ada, sehingga terus terdorong untuk membeli lebih banyak. Padahal, Islam mengajarkan bahwa kebahagiaan tidak datang dari kepemilikan materi yang berlebihan, melainkan dari rasa syukur dan kemampuan untuk merasa cukup. Dengan bersyukur, seseorang akan lebih mampu menahan diri dari godaan belanja yang tidak perlu dan lebih fokus pada hal-hal yang lebih bermakna dalam hidup.

Pada akhirnya, keseimbangan dalam mengelola keuangan adalah kunci untuk mencapai kehidupan yang berkah dan sejahtera. Islam memberikan panduan yang jelas tentang bagaimana seseorang seharusnya menggunakan hartanya dengan bijak, baik untuk kepentingan pribadi maupun untuk kepentingan sosial. Dengan menghindari perilaku konsumtif dan menerapkan prinsip hidup sederhana, seseorang tidak hanya menjaga kestabilan finansial, tetapi juga mendapatkan keberkahan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Oleh karena itu, menjadi konsumen yang bijak dalam Islam berarti memahami bahwa harta adalah amanah yang harus digunakan dengan penuh tanggung jawab.

E. KESIMPULAN

Sepuluh mahasiswa yang rutin menggunakan uang elektronik (e-money) disurvei, dan hasilnya menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap utilitas sistem dan seberapa mudah penggunaannya merupakan faktor utama dalam keputusan mereka untuk menggunakan e-money. Karena antarmuka yang mudah dipahami dan dokumentasi yang lengkap, sebagian besar pengguna menganggap aplikasi e-money seperti BRImo, Dana, dan ShopeePay mudah digunakan. Meskipun ada masalah seperti akun yang dibatasi atau gangguan jaringan yang tidak stabil, hal ini membuat mereka merasa aman dalam bertransaksi. Menurut gagasan Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa orang cenderung lebih menyukai teknologi jika mereka merasa mudah menggunakannya, gagasan tentang kemudahan penggunaan ini konsisten dengan teori tersebut. Aspek penting lain yang memotivasi orang untuk menggunakan e-money adalah gagasan bahwa hal itu bermanfaat. Uang elektronik memiliki banyak keuntungan, menurut responden. Ini termasuk yang berikut: kemampuan untuk membayar dengan cepat dan mudah tanpa membawa uang tunai dalam jumlah besar; kemampuan untuk bertransaksi secara efisien dengan jumlah uang kecil dan besar; dan kemampuan untuk menerima cashback, diskon, dan insentif menarik lainnya. Karena berbagai kelebihan ini, e-money merupakan pilihan yang realistis dan hemat biaya untuk pembelian daring. Namun, ada pula sisi buruk dari semua kelebihan ini; yaitu, uang elektronik mendorong konsumsi berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Puteri, A., dkk. (2022). *Judul Buku atau Artikel*. Penerbit.
- Bank Indonesia. (2009). *Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik*.
- Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia. (2017). *Fatwa No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah*.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Davis, F. D. (1989). "Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Penerimaan Teknologi Informasi." *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Febrian, A. (2020). *Kedudukan Fatwa Dsn-Mui Dalam Transaksi Keuangan Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia Awaluddin*. MinBank Indonesia. (2021). *Laporan Sistem Pembayaran di Indonesia*.

- Arifin, Z. (2020). *Evolusi Uang Elektronik di Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Nugroho, R. (2022). *Keamanan Data dalam Transaksi Berbasis Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Pearson.
- Statista. (2021). *Laporan E-commerce Indonesia 2021*.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2019). *E-commerce: Bisnis, Teknologi, dan Masyarakat*. Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Campuran*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Analisis Data Kualitatif: Sumber Daya yang Diperluas*. SAGE Publications.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, S. Y., & Febrian, A. (2023). The Effect Of Competency And Work Experience On Employee Performance At Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Padang Branch. Implikasi: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, 1(1), 40-46.