

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, MANFAAT, RESIKO
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN *E-MONEY*
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Masyarakat Pengguna Go Pay di Bandar Lampung)**

Skripsi

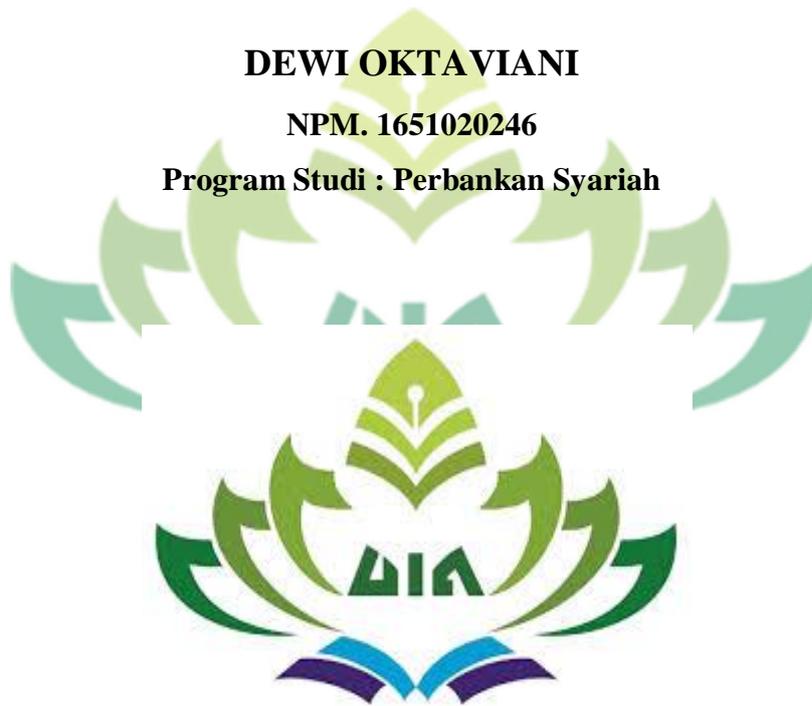
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

DEWI OKTAVIANI

NPM. 1651020246

Program Studi : Perbankan Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H / 2020 M**

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, MANFAAT, RESIKO
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN *E-MONEY*
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Masyarakat Pengguna Go Pay di Bandar Lampung)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

DEWI OKTAVIANI

NPM. 1651020246

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Madnasir, S.E., M.Si.

Pembimbing II :M. Yusuf Bahtiar, M.E.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H / 2020 M**

ABSTRAK

Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip* yang digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung. Bagaimana pengaruh persepsi resiko terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung, bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung. Serta bagaimana perspektif ekonomi islam terhadap penggunaan *e-money*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari persepsi kemudahan, manfaat, resiko dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung, serta untuk mengetahui penggunaan *e-money* dalam bertransaksi ditinjau dari perspektif ekonomi islam.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Rao Purba dan sampel yang diambil sejumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS 16.0.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan Go Pay. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai signifikan sebesar $4,261 > 1,98525$. Variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan Go Pay dengan perolehan nilai signifikan sebesar $1,565 < 1,98525$. Variabel resiko tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan Go Pay dengan perolehan nilai signifikan sebesar $-1,493 < 1,98525$. Sedangkan variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan Go Pay dengan perolehan nilai signifikan sebesar $1,243 < 1,98525$, dan diperoleh hasil *R square* sebesar 0,773. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap penggunaan Go Pay sebesar 77,3%. Sedangkan sisanya 22,7% dipengaruhi oleh indikator lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Sedangkan dalam perspektif ekonomi Islam penggunaan *e-money* sesuai dengan prinsip syariah, yaitu tidak mengandung maysir, tidak mengandung riba, israf dan tidak digunakan untuk objek haram dan maksiat.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol. Hendro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung. Tlp (0721) 703260

PERSETUJUAN

Nama : Dewi Oktaviani
Npm : 1651020246
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko dan Kepercayaan terhadap Penggunaan E-Money dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Pengguna Go Pay di Bandar Lampung)

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah Fakultas
Syari'ah UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II


Madnasir, S.E. M.Si.
NIP.197504242002121001


M. Yusuf Bachtiar, M.E.
NIP.198912082018011001

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Dr. Erike Anggraeni, M.E. Sy.
NIP. 198208082011012009



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol. Hendro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung, Tlp (0731) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko dan Kepercayaan terhadap Penggunaan E-Money dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Pengguna Go Pay di Bandar Lampung)" disusun oleh, Dewi Oktaviani, NPM : 1651020246, program studi Perbankan Syariah. Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : Selasa/ 27 Oktober 2020.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. H. Ahmad Isaeni, M.A. (.....)

Sekretaris : Yeni Susanti, S.Pd., M.A. (.....)

Penguji I : Muhammad Kurniawan, M.E.Sy (.....)

Penguji II : Madnasir, S.E., M.Si (.....)



Dr. Ruzafiqul Sholih, S.Ag., M.Si

08008012003121001

MOTTO

“Bersedekahlah, karena kain kafanmu nanti tidak memiliki saku yang bisa kau gunakan untuk mengantongi kekayaanmu”

-Shaykh Ahmad Musa Jibril-



PERSEMBAHAN

Alhamdullilahirabbil Alamin, seiring rasa syukur dan kerendahan hati, karya kecil ini penulis persembahkan kepada :

1. Kepada kedua orang tuaku, kepada ayah Syawaludin dan ibu Katimah sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaannya yang telah diamanatkan kepadaku serta atas kesabarannya yang tulus dan ikhlas membesarkan, merawat serta memberikan dukungan moral dan material dan juga selalu mendoakan ku selama menempuh pendidikan sehingga dapat menyelesaikan studi di UIN Raden Intan Lampung Khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Kebahagiaan dan rasa bangga kalian menjadi tujuan hidupku. Semoga Allah senantiasa memuliakan kalian baik didunia maupun diakhirat. Aamiin.
2. Kepada kedua kakak ku tercinta Dedi Supriyadi dan Dian Agustina Sari yang selalu memberikan semangat, memberikan doa serta motivasi selama ini sehingga terselesaikan skripsi ini.
3. Kepada seluruh keluarga, nenek dan kakek, kakak ipar, bibi dan om, keponakan dan saudara-saudara lain yang telah mendukung serta mendoakanku.
4. Kepada teman-teman yang selalu mendampingi dan memberikan semangat dalam proses pembuatan skripsi ini. Terutama Salis Fitriyanti, Nia Audina, Annisa Meilia, Intan Zohro, Anggun Emilia Sari, Diana Sintiya, Dwi Agusriani, dan Vera Febriani.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Dewi Oktaviani lahir di Kalianda tepatnya di desa Sidorejo, Kecamatan Sidomulyo, pada tanggal 27 Oktober 1997. Anak ketiga dari tiga bersaudara atas pasangan Bapak Syawaludin dan Ibu Katimah.

Jenjang pendidikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Taman kanak-kanak ABA Sidomulyo, selesai pada tahun 2003
2. Sekolah dasar SDN 2 sidodadi, selesai pada tahun 2009
3. Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Sidomulyo, selesai pada tahun 2012.
4. Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Sidomulyo, selesai pada tahun 2015.
5. Pada tahun 2016 melanjutkan pendidikan ke Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan mengambil Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



Bandar Lampung, Juli 2020

Penulis

Dewi Oktaviani
NPM. 1651020246

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufik serta hidayah-Nya yang berupa ilmu pengetahuan, petunjuk, kesehatan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, MANFAAT, RESIKO DAN KEPERCAYAN TERHADAP PENGGUNAAN *E-MONEY* (GO PAY) (studi pada masyarakat pengguna Go Pay di Bandar Lampung).

Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, sahabat, serta para umat yang senantiasa istiqomah berada di jalan-Nya.

Skripsi ini merupakan bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program strata satu (S1) di jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE). Atas terselesaikannya skripsi ini tak lupa saya mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci saya ungkapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag selaku rektor UIN Raden Intan Lampung
2. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, S.Ag.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.

3. Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang selaku memberikan nasihat dan dukungan terhadap skripsi ini.
4. Madnasir, S.E., M.Si dan M. Yusuf Bahtiar, M.E selaku pembimbing yang telah mengarahkan penulis hingga penulisan skripsi ini selesai, semoga ilmu dan pengetahuan yang diberikan selama ini barokah.
5. Seluruh dosen yang telah membantu dalam melakukan pencerahan, mendidik serta memberikan ilmu

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan dalam menulis skripsi. Untuk itu kepada para pembaca kiranya dapat member masukan dan saran guna melengkapi hasil penelitian ini. Akhirnya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini bermanfaat untuk semua pihak, khususnya bagi penulis dan pembaca umumnya. Semoga Allah SWT meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya, amin. Saya berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, dan penyempurnaan penelitian selanjutnya khususnya ilmu ekonomi dan bisnis islam.

Bandar Lampung, Juli 2020

Penulis

Dewi Oktaviani
NPM. 1651020246

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..	i
ABSTRAK..	ii
SURAT PERNYATAAN..	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN..	v
MOTTO..	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP..	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	2
C. Latar Belakang Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	15
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	16

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori.....	18
1. Alat Pembayaran.....	18
a. Pengertian Alat Pembayaran.....	18
b. Jenis-jenis Alat Pembayaran.....	19
2. Konsep Uang.....	20

a.	Pengertian Uang.....	20
b.	Fungsi Uang.....	21
c.	Jenis-jenis Uang.....	21
3.	Uang Elektronik.....	22
a.	Pengertian Uang Elektronik.....	22
b.	Dasar Hukum Uang Elektronik.....	23
c.	Manfaat Uang Elektronik.....	24
d.	Resiko Uang Elektronik.....	24
e.	Jenis Uang Elektronik.....	25
f.	Pihak-pihak dalam Penyelenggaraan Uang Elektronik.....	25
g.	Akad-akad Syariah dalam Transaksi Uang Elektronik..	26
h.	Prinsip-prinsip Syariah dalam Transaksi.....	31
4.	Perilaku Konsumen.....	33
a.	Pengertian Perilaku Konsumen.....	33
b.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	34
5.	Persepsi Konsumen.....	40
6.	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	42
a.	Persepsi Kemudahan.....	44
b.	Persepsi Manfaat.....	45
c.	Persepsi Resiko.....	46
d.	Kepercayaan.....	46
7.	Profil Gojek.....	47
B.	Tinjauan Pustaka.....	53
C.	Hipotesis.....	58

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	61
B.	Populasi, Teknik Pengambilan Sampel dan Sampel Penelitian.....	62
C.	Definisi Operasional Penelitian.....	63
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	65

E. Instrumen Penelitian.....	67
F. Validitas dan Reabilitas Penelitian.....	72
G. Metode Analisis Data.....	74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Gojek.	76
B. Gambaran Karakteristik Responden.	79
C. Gambaran Distribusi Jawaban Responden.....	82
D. Uji Intrumen Penelitian.....	88
1. Uji Validitas..	88
2. Uji Reliabilitas.	90
3. Uji Asumsi Klasik.....	91
a. Uji Normalitas.....	91
b. Uji Multikolinearitas.....	94
c. Uji Heteroskedastisitas.....	95
4. Persamaan Analisis Regresi Linier Berganda.....	96
5. Uji Hipotesis.....	98
a. Uji F Simultan.....	98
b. Uji T.....	99
c. Koefisien Determinan (R ²).....	101
E. Pembahasan Hipotesis.....	102

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.	114
B. Saran.....	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Penyelenggara Uang Elektronik yang Telah Memperoleh Izin dari Bank Indonesia Per 24 Oktober 2019.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	55
Tabel 4.1	Distribusi Jawaban Responden Go pay Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.3	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responde Berdasarkan Lama Menggunakan Go Pay.....	69
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Kemudahan.....	70
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Manfaat.....	71
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Resiko.....	72
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Kepercayaan.....	73
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Penggunaan Go Pay.....	74
Tabel 4.10	Uji Validitas.....	75
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikoliniealitas.....	81
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	83
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	84
Tabel 4.16	Hasil Uji F.....	86

Tabel 4.17	Hasil Uji T.....	87
Tabel 4.18	Hasil Uji R ²	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penetrasi Penggunaan Internet	4
Gambar 1.2	Penetrasi Pengguna Internet tahun 2017/2018	4
Gambar 1.3	Pengguna Uang Elektronik..	11
Gambar 2.1	Tampilan Fitur Aplikasi Gojek	32
Gambar 4.1	Logo Gojek.....	66



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul **“Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *E-Money* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Pengguna Go Pay di Bandar Lampung)”**. Sebelum menguraikan pembahasan tentang judul tersebut, terlebih dahulu akan dijelaskan berbagai istilah yang terdapat pada penelitian ini agar tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi pembaca. Dalam penegasan judul ini akan dijelaskan secara umum cakupan penelitian serta membatasi arti kalimat dalam penulisan agar makna yang dimaksud dapat digambarkan dengan jelas.

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya dan sebagainya).¹

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.² Tetapi yang dimaksudkan dalam judul ini adalah pengaruh yang di timbulkan variabel X yaitu persepsi kemudahan, manfaat, resiko dan kepercayaan yang mempengaruhi variabel Y (penggunaan) *e-money* (Go Pay) oleh masyarakat di Bandar Lampung.

¹Kbbi.web.id (On-line), tersedia di : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Analisis>.

²Kbbi.web.id (On-line), tersedia di : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pengaruh>

Persepsi merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancainderanya.³ Proses tersebut menimbulkan adanya tanggapan, dan dengan begitu terbentuklah suatu persepsi. Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, resiko dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-money*.

Penggunaan adalah proses, cara, dan perbuatan menggunakan sesuatu/pemakaian.⁴

E-money adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.⁵ *E-money* yang diteliti pada penelitian ini adalah aplikasi Go Pay yang diterbitkan oleh PT. Dompet Anak Bangsa.

B. Alasan Memilih Judul

1. Alasan Objektif

E-money (uang elektronik) adalah salah satu alternatif alat pembayaran non tunai khususnya untuk pembayaran mikro dan juga banyaknya ritel yang menawarkan banyak kemudahan dalam bertransaksi. Penggunaan uang elektronik dalam melakukan transaksi pembayaran menawarkan berbagai keunggulan dibandingkan dengan instrumen pembayaran lainnya.

Walaupun sudah banyak kemudahan serta kenyamanan yang diberikan *e-money* pada saat bertransaksi, tetapi masyarakat pada

³Kbbi.web.id (On-line), tersedia di : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Persepsi>,

⁴Kbbi.web.id (On-line), tersedia di : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Penggunaan>.

⁵Bank Sentral Republik Indonesia, "Edukasi Perlindungan Konsumen" (On-line), tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>, 2018.

umumnya lebih memilih bertransaksi secara manual atau masih menggunakan uang tunai. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis akan membahas mengenai pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, resiko dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay).

2. Alasan Subjektif

Alasan peneliti melakukan penelitian ini karena banyak referensi pendukung dari buku dan jurnal yang akan diteliti sehingga mempermudah peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini kedepannya. Selain itu judul yang akan diajukan sesuai dengan jurusan penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

C. Latar Belakang Masalah

Dalam sejarah islam, uang merupakan sesuatu yang diadopsi dari peradaban Romawi dan Persia. Ini dimungkinkan karena penggunaan dan konsep uang tidak bertentangan dengan ajaran islam. Dinar adalah mata uang emas yang diambil dari Romawi dan dirham adalah mata uang perak warisan peradaban Persia. Perihal dalam Al-Qur'an dan hadis dua logam mulia ini, emas dan perak telah disebutkan baik dalam fungsinya sebagai mata uang atau sebagai harta dan lambang kekayaan yang disimpan.⁶ Seperti firman Allah dalam surat Al-Khaf ayat 19 yang berbunyi:

وَكَذَلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ ۚ قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ كَمْ لَبِئْتُمْ ۗ قَالُوا لَبِئْنَا
يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ ۚ قَالُوا رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا لَبِئْتُمْ ۖ فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ

⁶Nurul Huda dan M. Heykal, *Lembaga Keuangan Islam* (Jakarta: Kencana, 2010), h.

هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا ﴿١٩﴾

“Dan demikianlah Kami bangunkan mereka agar mereka saling bertanya di antara mereka sendiri. berkatalah salah seorang di antara mereka: sudah berapa lamakah kamu berada (disini?)”. mereka menjawab: “Kita berada (disini) sehari atau setengah hari”. berkata (yang lain lagi): “Tuhan kamu lebih mengetahui berapa lamanya kamu berada (di sini). Maka suruhlah salah seorang di antara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah Dia Lihat manakah makanan yang lebih baik, Maka hendaklah ia membawa makanan itu untukmu, dan hendaklah ia Berlaku lemah-lembut dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seorangpun” (QS. Al-Khaf : 19)⁷

Mengenai fungsi uang, ada sebuah perbedaan pandangan antara sistem perekonomian kapitalis dan sistem islam dalam memandang fungsi uang. Dalam sistem perekonomian kapitalis, uang tidak hanya sebagai alat tukar yang sah (*legal tender*) melainkan sebagai komoditas dan dapat diperjualbelikan dengan kelebihan baik *on the spot* maupun secara tangguh. Lebih jauh dengan cara pandang demikian, maka uang juga dapat disewakan (*leasing*). Sedangkan dalam Islam, fungsi uang hanyalah sebagai *medium of exchange*. Ia bukan suatu komoditas yang bisa diperjualbelikan dengan kelebihan baik secara *on the spot* maupun bukan. Satu fenomena penting dari

⁷Al-Aliyy, *Al-Quran dan Terjemahan*, Departemen Agama RI: CV Penerbit Diponegoro, 2006, hal. 236.

karakteristik uang bahwa uang tidak diperlukan untuk dikonsumsi, uang tidak diperlukan untuk dirinya sendiri, melainkan diperlukan untuk membeli barang yang lain sehingga kebutuhan manusia dapat terpenuhi.⁸

Perkembangan teknologi digital di Indonesia akhir-akhir ini sangatlah pesat, banyak inovasi baru yang muncul di bidang teknologi digital mulai dari *software*, *hardware* maupun perangkat pendukung lainnya. Perkembangan teknologi digital juga didukung dengan penggunaan *gadget* dan *internet* yang juga mengalami peningkatan. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang tertera pada gambar dibawah menunjukkan bahwa sampai tahun 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta pengguna dari populasi 264,16 juta jiwa.⁹

Gambar 1.1
Penetrasi Pengguna Internet



Sumber dari : <https://apjii.or.id/survei>

⁸Ibid, h. 12.

⁹Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Survey APJII yang Ditunggu-tunggu, Penetrasi Internet Indonesia 2018" (On-line), tersedia di: <https://apjii.or.id/survei>, 2019.

Gambar 1.2

Penetrasi Pengguna Internet tahun 2017/2018



Sumber dari : <https://apjii.or.id/survei>

Salah satu perkembangan teknologi digital adalah perubahan alat pembayaran. Dewasa ini masyarakat yang dahulu menggunakan alat pembayaran tunai kini telah mengenal dan berganti pada alat pembayaran non tunai dalam melakukan berbagai aktivitas transaksi pembayaran. Saat ini di Indonesia sedang berkembang suatu instrumen pembayaran yang dikenal dengan uang elektronik atau yang biasa disebut *e-money*.¹⁰ Pembayaran elektronik adalah pembayaran yang dilaksanakan secara elektronik. Di dalam pembayaran elektronik uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di inisialisasi melalui alat pembayaran elektronik.¹¹

¹⁰Singgih Priambodo & Bulan Prabawani, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 5 No 2 (2016).

¹¹B.Sundari, Cicilia Erly Istia dan Renita Helena, “Factors Affecting Electronic Money (E-Money) Sales Case Study in Banking Entities in Indonesia”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol 24 No 3 (Desember 2019).

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 menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Saat digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi dan setelahnya dapat mengisi kembali (*top-up*). Penggunaan uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat dan mikro.¹² Untuk saat ini uang elektronik biasanya dapat digunakan untuk pembayaran transaksi di jalan tol, di bidang transportasi, transaksi di minimarket, dan *foodcourt*.

Perkembangan uang elektronik diharapkan pula dapat digunakan sebagai alternatif alat pembayaran non tunai yang dapat menjangkau masyarakat yang selama ini belum mempunyai akses kepada sistem perbankan.¹³ Dengan adanya uang elektronik, Bank Indonesia dapat mengontrol perputaran uang di masyarakat sehingga inflasi dapat terkontrol dengan baik. Selain itu, Bank Indonesia dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang, baik uang kertas maupun uang logam yang mudah rusak.

¹²Bank Sentral Republik Indonesia, “Edukasi Perlindungan Konsumen” (On-line), tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>, 2018.

¹³Ibid.

Produk-produk alat pembayaran elektronik tersebut hadir dalam bentuk *chip based* dan *server based*. Jenis uang elektronik yang menyisipkan media *chip* pada perangkat kartu sebagai alat pembayaran biasanya disebut dengan *e-money* atau *card based product*. Sedangkan uang elektronik dengan jenis server biasanya disebut sebagai *e wallet* atau *software based product*, pengoperasian sistem pembayaran ini melalui media *barcode* yang terdapat di aplikasi. Tingginya penggunaan *smartphone* di kalangan masyarakat mendorong perusahaan telekomunikasi banyak melahirkan uang elektronik berbasis *server* berupa aplikasi ponsel. Perkembangan uang elektronik di Indonesia cukup pesat, dikutip dari situs resmi Bank Indonesia sampai tahun 2019 tercatat 39 perusahaan penerbit uang elektronik sudah mendapat izin dari Bank Indonesia.¹⁴

Tabel 1.1
Daftar Penyelenggara Uang Elektronik yang Telah Memperoleh Izin dari Bank Indonesia Per 24 Oktober 2019

No	Nama Penerbit	Nama Produk	
		Server Based	Chip Based
1.	PT Artajasa Pembayaran Elektronis	MYNT E-Money	-
2.	PT Bank Central Asia Tbk	Sakuku	Flazz

¹⁴Bank Sentral Republik Indonesia, Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran, tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Pages/default.aspx>, 2019.

3.	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel	-
4.	PT Bank DKI	Jakarta One (JakOne)	JakCard
5.	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Mandiri <i>e-Cash</i>	Mandiri e-money
6.	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual	Mega Cash
7.	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	UnikQu	TapCash
8.	PT Bank Nationalnobu	Nobu E-money	Nobu E-money
9.	PT Bank Permata	BBM Money	-
10.	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	T Bank	Brizzi
11.	PT Finnet Indonesia	FinnChannel	-
12.	PT Indosat Tbk	PayPro (d/h Dompetku)	-
13.	PT Nusa Satu Inti Artha	DokuPay	-
14.	PT Skye Sab Indonesia	Skye Mobile Money	SkyeCard
15.	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	Flexy Cash	iVasCard
16.	PT Telekomunikasi Selular	T-Cash	Tap Izy

17.	PT XL Axiata Tbk	XL Tunai	-
18.	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku	-
19.	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)	Gopay	-
20.	PT Witami Tunai Mandiri	Truemoney	-
21.	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana (d/h Unik)	-
22.	PT Bank QNB Indonesia Tbk	Dooet	-
23.	PT BPD Sumsel Babel	-	BSB Cash
24.	PT Buana Media Teknologi	GadungVoucher	-
25.	PT Bimasakti Multi Sinergi	SpeedCash	-
26.	PT Visionet Internasional	OVO Cash	-
27.	PT Inti Dunia Sukes	iSaku	-
29.	PT Veritra Sentosa Internasional	KasPro (d/h PayU)	-

30.	PT Bluepay Digital Internasional	Bluepay Cash	-
31.	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink	-
32.	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar	-
33.	PT Cakra Ultima Sejahtera	DUWIT	-
34.	PT Airpay Internasional Indonesia	SHOPEEPAY	-
35.	PT Bank Sinarmas Tbk	Simas E-money	-
36.	PT Transaksi Artha Gemilang	OttoCash	-
37.	PT Fintek Karya Nusantara	LinkAja	-
38.	PT Max Interactives Technologies	Zipay	-
39.	PT Sarana Pactindo	PACCash	-

Sumber dari: Bank Indonesia

Penerbitnya didominasi oleh bank dan perusahaan telekomunikasi. Dan sehubungan dengan diterbitkannya Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.11/12/PBI/2009 Tanggal 13 April 2009 tentang uang elektronik , maka per tanggal 13 April 2009 pengaturan mengenai uang elektronik terpisah dengan pengaturan mengenai alat pembayaran dengan menggunakan kartu. PBI tentang uang elektronik ini memuat pengaturan antara lain mengenai tata

cara perizinan, peralihan perizinan, tata cara penyelenggaraan, pengawasan, peningkatan keamanan teknologi dan sanksi.¹⁵ Sampai September 2019 jumlah uang elektronik yang beredar sebesar 257.078.749 instrumen terus meningkat dari tahun tahun.¹⁶

Hingga saat ini sistem pembayaran uang elektronik yang berbasis *server* yang paling sering digunakan antara lain T-Cash, Go Pay, OVO, Paypal, Doku wallet dan masih banyak yang lainnya. Dari beberapa produk uang elektronik berbasis *server*, Go Pay merupakan produk yang paling banyak digunakan. Go Pay adalah uang elektronik atau dompet digital atau dompet virtual berupa saldo Gojek dan dapat digunakan untuk membayar berbagai layanan Gojek. Banyak kemudahan serta manfaat dari penggunaan Go Pay, Go Pay juga sering memberikan promo-promo untuk penggunaannya. Sampai 2019 Go Pay mencatat kenaikan penggunaannya sampai 80%.¹⁷

Gambar 1.3
Pengguna Uang Elektronik



¹⁵Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (On-line), tersedia di: https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_1112209.aspx.

¹⁶Bank Sentral Republik Indonesia, “Jumlah Uang Elektronik Beredar” (On-line), tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/Contents/Jumlah%20Uang%20Elektronik.aspx>, 2019.

¹⁷Gopay (On-line), tersedia di: <https://www.gojek.com/blog/gopay/>.

E-money mempunyai berbagai keunggulan diantaranya mengedepankan kecepatan, kemudahan dan efisiensi dibandingkan dengan instrumen pembayaran non tunai lainnya, mulai dari manfaat yang didapatkan dalam menggunakan layanan *e-money* hingga kemudahan dalam menggunakan *e-money*. Selain faktor persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang mempengaruhi penggunaan teknologi, faktor lainnya ialah persepsi resiko. Meskipun teknologi memberikan banyak kemudahan dan manfaat bagi para penggunanya, ternyata masih ada sejumlah pengguna yang menolak untuk menggunakan teknologi tersebut karena terdapat masalah ketidakpastian dan keamanan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen ialah resiko, menurut Pavlou resiko ialah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan seseorang untuk memutuskan “iya” atau “tidak” melakukan transaksi.¹⁸ Faktor resiko keamanan ini perlu diperhatikan oleh pihak penerbit uang elektronik (*e-money*) guna meminimalkan persepsi masyarakat akan risiko transaksi yang dapat terjadi, akibat transaksi yang dilakukan secara elektronik dengan tujuan agar pengguna uang elektronik terhindar dari berbagai kekhawatiran pada saat bertransaksi menggunakan uang elektronik. Faktor resiko sangat berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Semakin tinggi resiko maka semakin rendah kepercayaan konsumen akan suatu teknologi.

Seperti yang terjadi di akhir tahun 2019, penyanyi Maia Estianty kehilangan saldo Go Pay sampai 11 juta rupiah, ini terjadi karena adanya

¹⁸Singgih Priambodo & Bulan Prabawani, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 5 No 2 (2016).

peretasan akun Go Pay miliknya.¹⁹ Kasus ini tidak hanya di alami oleh Maia Estianty saja, tetapi banyak masyarakat lain yang juga mengalaminya dan saldo yang dimilikinya tidak dapat kembali.²⁰ Pihak Gojek meminta konsumen dan mitra pengemudi untuk waspada akan penipuan serta peretasan yang akhir akhir ini terjadi. Kasus demikian belum pernah dilaporkan terjadi di Lampung akan tetapi tidak menutup kemungkinan hal serupa akan kembali terjadi dan berimbas kepada pengguna layanan Gojek bahkan mitra pengemudi itu sendiri. Tidak hanya kegagalan sistem saja yang dapat menimbulkan resiko, transaksi non tunai ini juga dapat membuat penggunanya cenderung menjadi konsumtif karena transaksi ini memudahkan akses pembayaran dan juga banyaknya promosi-promosi yang ditawarkannya. Meskipun menurut sebagian masyarakat teknologi ini mengandung banyak resiko, banyak pula masyarakat yang masih mempercayainya dan tetap menggunakannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan *E-Money* (Studi Pada Masyarakat Pengguna Go Pay di Bandar Lampung)“.

¹⁹CNN Indonesia, “Membongkar Modus Bobol Go Pay yang Timpa Maia Estianty” (Online), tersedia di: <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20191230110044-185-460937/membongkar-modus-bobol-gopay-yang-timpa-maia-estianty> (30 Desember 2019).

²⁰Vincent Fabian Thomas, “Streaming: Benarkah Dompot Digital Rawan Dibobol?” (Online), tersedia di: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200104145748-37-127639/streaming-benarkah-dompot-digital-rawan-dibobol> (04 Januari 2020).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas permasalahannya yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah Pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung?
2. Bagaimanakah pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung?
3. Bagaimanakah pengaruh persepsi resiko terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung?
4. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung?
5. Bagaimanakah pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung?
6. Bagaimanakah perspektif ekonomi Islam terhadap penggunaan *e-money*?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah, antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi resiko terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-money* (Go Pay) pada masyarakat pengguna di Bandar Lampung.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis transaksi *e-money* dalam perspektif ekonomi Islam.

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan berupa pengembangan ilmu yang berkaitan dengan ekonomi perbankan khususnya tentang pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, resiko dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-money* yang diterbitkan oleh PT. Dompot Anak Bangsa.
2. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi, kontribusi, dan masukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengambilan keputusan. Serta dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam mengetahui bagaimana perkembangan strategi penggunaan *e-money*, dan bagaimana ketertarikan masyarakat dalam menggunakan *e-money* yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut.

3. Hasil penelitian ini juga memungkinkan perusahaan penerbit untuk mengetahui sejauh mana masyarakat menggunakan produk yang mereka terbitkan, dan dapat memperbaiki kelemahan pada sistem yang mereka gunakan. Serta dapat menambah variasi dalam menerapkan strategi marketing agar dapat menarik minat masyarakat yang lebih luas.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Alat Pembayaran

a. Pengertian Alat Pembayaran

Sistem Pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Komponen dari sistem pembayaran yaitu alat pembayaran dan lembaga yang terlibat dalam penyelenggaraan sistem pembayaran.²¹

Alat pembayaran boleh dibilang berkembang sangat pesat dan maju. Kalau kita menengok kebelakang yakni awal mula alat pembayaran itu dikenal, sistem barter antar barang yang diperjualbelikan adalah kelaziman di era pra modern. Dalam perkembangannya, mulai dikenal satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran yang lebih dikenal dengan uang. Hingga saat ini uang masih menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat. Selanjutnya alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash based*) ke alat pembayaran non tunai (*non cash*) seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*), misalnya, cek dan bilyet giro. Selain itu dikenal juga alat pembayaran *paperless*

²¹Bank Sentral Republik Indonesia (On-line), tersedia di: (<https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/Contents/Default.aspx>), 2018.

seperti transfer dana elektronik dan alat pembayaran memakai kartu (*card based*) (ATM, Kartu Kredit, Kartu Debit dan Kartu Prabayar).

b. Jenis-jenis Alat Pembayaran

1) Tunai (*cash based*)

Alat pembayaran tunai lebih banyak menggunakan uang kartal (uang kertas dan uang logam). Uang kartal masih banyak digunakan dikalangan masyarakat khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil. Pada masa modern ini pemakaian uang kartal untuk pembayaran tunai cenderung menurun dibanding uang giral.

Namun perlu dipahami bahwa pemakaian uang kartal memiliki kekurangan dalam hal keefisienannya. Hal ini terjadi karena biaya pengadaan dan pengelolaan (*cash handling*) terbilang mahal. Belum lagi memperhitungkan inefisiensi dalam waktu pembayarannya. Misalnya, ketika anda ingin melakukan suatu transaksi pembayaran dan harus menunggu cukup lama di loket pembayaran karena antrian panjang. Sementara itu, jika melakukan transaksi dalam jumlah yang cukup besar juga mengundang resiko yang cukup besar misalnya pencurian, perampokan dan pemalsuan uang.²²

2) Non Tunai (*non cash*)

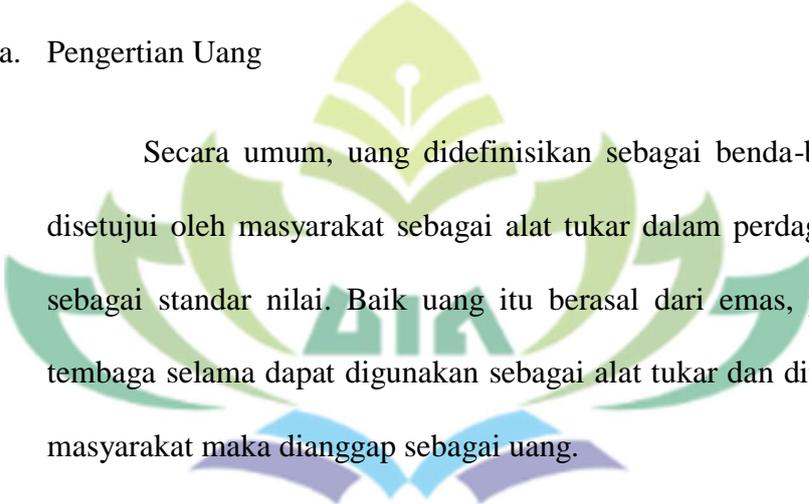
Alat pembayaran non tunai disebut juga sebagai alat pembayaran yang menggunakan kartu, suatu alat yang berfungsi

²²Ibid.

sebagai alat pembayaran yang memiliki bentuk fisik berupa sebuah kartu. Dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 tentang Penyelenggaraan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu sebagaimana telah diubah dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/2/PBI/2012 meliputi kartu kredit (*credit card*), ATM (*Automated Teller Machines*) dan kartu debit (*debit card*). Keseluruhan alat pembayaran yang berbentuk kartu ini merupakan bentuk alat pembayaran non tunai.²³

2. Konsep Uang

a. Pengertian Uang



Secara umum, uang didefinisikan sebagai benda-benda yang disetujui oleh masyarakat sebagai alat tukar dalam perdagangan dan sebagai standar nilai. Baik uang itu berasal dari emas, perak, atau tembaga selama dapat digunakan sebagai alat tukar dan diterima oleh masyarakat maka dianggap sebagai uang.

Syarat-syarat uang adalah:

- 1) Nilainya tidak mengalami perubahan dari waktu ke waktu
- 2) Tahan lama
- 3) Bendanya mempunyai mutu yang sama
- 4) Mudah di bawa-bawa
- 5) Mudah disimpan tanpa mengurangi nilainya
- 6) Jumlahnya terbatas (tidak berlebih-lebihan)

²³Ibid.

7) Dicitak dan disahkan penggunaanya oleh pemegang otoritas moneter (pemerintah)

b. Fungsi Uang

- 1) Alat tukar (*medium of exchange*)
- 2) Alat penyimpan nilai (*store of value*)
- 3) Satuan hitung (*unit of account*)
- 4) Ukuran pembayaran yang tertunda (*standard for deferred payment*)²⁴

c. Jenis-jenis Uang

1) Uang Kartal

Di Indonesia uang kartal adalah uang kertas atau logam yang beredar di masyarakat yang dikeluarkan atau diedarkan oleh Bank Indonesia yang berfungsi sebagai otoritas moneter. Uang tunai adalah uang yang ada ditangan masyarakat dan siap dibelanjakan setiap saat, terutama untuk pembayaran-pembayaran dalam jumlah yang tidak terlalu besar. Walaupun uang kartal adalah uang yang sudah ada ditangan masyarakat, masyarakat tidak dapat menggunakannya untuk transaksi dalam jumlah yang besar mengingat banyak resiko yang dapat terjadi.

2) Uang Giral

Jika masyarakat ingin melakukan transaksi dalam jumlah yang besar. Transaksinya dilakukan dengan menggunakan cek,

²⁴Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.280.

yang harus diingat adalah jika ingin melakukan pembayaran dengan cek sebelumnya harus mempunyai simpanan dalam bentuk rekening giro di suatu bank umum (*demand deposit*). Uang yang berada dalam rekening giro di bank umum tersebut disebut dengan uang giral.

3) Uang Kuasi

Dengan uang kartal atau giral masyarakat dapat langsung menggunakannya untuk pembayaran tunai. Uang yang disimpan dalam rekening tabungan dan deposito berjangka disebut uang kuasi.²⁵

3. Uang Elektronik

a. Pengertian Uang Elektronik

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 menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Saat digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi dan setelahnya dapat mengisi kembali (*top-up*). Penggunaan uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat

²⁵Bank Sentral Republik Indonesia (On-line), tersedia di: <https://www.bi.go.id>>publikasi, 2002.

dan mikro. Sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi di jalan tol, di bidang transportasi seperti kereta api maupun angkutan umum lainnya atau transaksi di *minimarket*, *foodcourt* atau parkir. Perkembangan uang elektronik diharapkan dapat digunakan sebagai alternatif alat pembayaran non tunai yang dapat menjangkau masyarakat yang selama ini belum mempunyai akses ke sistem perbankan.²⁶

Uang elektronik disebut sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu ke penerbit.
- 2) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media berbentuk *server* atau *chip*.
- 3) Nilai uang yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur tentang perbankan.

b. Dasar Hukum Uang Elektronik

- 1) Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).
- 2) Surat Edaran Bank Indonesia No.11/11/DSAP Tanggal 13 April 2009 perihal Uang Elektronik (*Electronic Money*).

²⁶Bank Sentral Republik Indonesia, “Edukasi Perlindungan Konsumen” (On-line), tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>, 2018.

- 3) Fatwa DSN MUI no 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang uang elektronik syariah.

c. Manfaat Uang Elektronik

- 1) Memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai.
- 2) Tidak lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang (seperti permen) akibat pedagang tidak memiliki uang kembalian yang bernilai kecil (receh).
- 3) Sangat *applicable* untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi, seperti untuk pembayaran transportasi, parkir, tol, *fast food*, dll.²⁷

d. Resiko Uang Elektronik

Walaupun terdapat beberapa manfaat dari uang elektronik, tetapi disisi lain terdapat resiko yang perlu disikapi dengan kehati-hatian dari para penggunanya. Resiko uang elektronik yang mungkin saja dapat terjadi, yaitu:

- 1) Uang elektronik hilang dan dapat ditemukan oleh pihak lain, karena pada prinsipnya uang elektronik sama seperti uang tunai yang apabila hilang tidak dapat diklaim kepada penerbit.
- 2) Risiko karena masih kurangnya pemahaman pengguna menggunakan uang elektronik, seperti pengguna tidak menyadari uang elektronik yang digunakannya ditempelkan 2 kali pada

²⁷ Ibid.

reader untuk suatu transaksi yang sama sehingga nilai uang elektronik berkurang lebih besar dari nilai transaksi.

e. Jenis Uang Elektronik

- 1) Uang elektronik *registered*, uang elektronik yang data identitas pemegangnya tercatat/terdaftar pada penerbit uang elektronik. Batas maksimum nilai uang elektronik yang tersimpan pada media *chip* atau *server* untuk jenis *registered* adalah Rp.5.000.000,00.
- 2) Uang elektronik *unregistered*, merupakan uang elektronik yang data identitas pemegangnya tidak tercatat/terdaftar pada penerbit. Batas maksimum nilai uang elektronik yang tersimpan pada media *chip* atau *server* untuk jenis *unregistered* adalah Rp.1.000.000,00.²⁸

f. Pihak-pihak dalam Penyelenggaraan Uang Elektronik

- 1) Pemegang kartu adalah pengguna yang sah dari uang elektronik.
- 2) *Principal* adalah bank atau lembaga selain bank yang bertanggung jawab atas pengelolaan sistem atau jaringan antar anggotanya, baik yang berperan sebagai penerbit atau *acquirer*, dalam transaksi uang elektronik yang kerjasama dengan anggotanya didasarkan atas suatu perjanjian tertulis.
- 3) Penerbit adalah bank atau lembaga selain bank yang menerbitkan uang elektronik.

²⁸ Ibid.

- 4) *Acquirer* adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan kerjasama dengan pedagang (*merchant*), yang dapat memproses uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak lain.
 - 5) Pedagang (*merchant*) adalah penjual barang atau jasa yang menerima pembayaran dari transaksi penggunaan uang elektronik.
 - 6) Penyelenggara kliring adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit atau *acquirer* dalam rangka transaksi uang elektronik.
 - 7) Penyelenggara penyelesaian akhir adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan dan bertanggung jawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau *acquirer* dalam rangka transaksi uang elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring.²⁹
- g. Akad-akad Syariah dalam Transaksi Uang Elektronik

E-money atau uang elektronik pada dasarnya sama seperti uang karena memiliki fungsi sebagai alat pembayaran atas transaksi jual beli barang. Uang elektronik tersebut dipersamakan dengan uang karena pada saat pemegang menggunakannya sebagai alat pembayaran kepada pemegang, bagi pedagang tersebut nilai uang elektronik yang berpindah dari media uang elektronik yang dimiliki oleh pemegang

²⁹Ibid.

keterminal penampungan nilai uang elektronik milik pedagang, apapun satuan nilai dalam media uang elektronik tersebut pada dasarnya nilai uang yang pada waktunya akan ditukarkan kepada penerbit dalam bentuk uang tunai (*cash*).³⁰

1) *Al-Sharf*

Dengan dipersamakannya uang elektronik dengan uang, maka pertukaran antara nilai uang tunai (*cash*) dengan nilai uang elektronik merupakan pertukaran atau jual beli mata uang sejenis yang dalam literatur Fikih Muamalah dikenal dengan *Al-Sharf*, yaitu tukar menukar atau jual beli mata uang.³¹

Menurut pengertian bahasa, *sharf* berarti menjual uang dengan uang lainnya atau tukar menukar uang yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *money changer*. Sedangkan menurut Syara' *Sharf* adalah jual beli satu mata uang dengan mata uang lain baik mata uang yang sejenis maupun berlainan jenis.

Adapun dasar hukum *Al-Sharf* dalam praktek *al-sharf* hanya terjadi dalam transaksi jual beli, dimana praktek ini diperbolehkan dalam Islam berdasarkan firman Allah QS. Al-Baqarah ayat 275 yang berunyi:

³⁰Veithal Rivai, dkk, Bank and Financial Institution Management (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), h. 1361.

³¹Sutan Remi Sjahdeni, Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2005), cet II, h. 90.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
 يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ
 الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
 فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ
 النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya” (QS. Al-Baqarah ayat 275)

Di bawah ini adalah syarat-syarat akad *al-sharf* yang sesuai dengan implementasi uang elektronik:

a) *Al-Taqabudh* (Tunai)

Implementasi uang elektronik, nilai uang elektronik yang berada ditangan pemegang sepenuhnya berada dalam

kekuasaan pemegang. Dana *float* yang terkumpul dipenerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang diatur oleh Undang-undang tentang Perbankan dan sepenuhnya berada dalam penguasaan.

b) *Al-Tamatsul* (Jumlahnya harus sama)

Implementasi uang elektronik, nilai satu rupiah pada nilai uang eletronik harus sama dengan satu rupiah pada uang tunai (*cash*).

c) Tidak ada *Khiyar* (menentukan pilihan lebih tinggi atau lebih rendah)

Dalam transaksi uang elektronik tidak terdapat khiyar, pada saat transaksi dilakukan, ketika masing-masing pihak telah mendapatkan haknya, maka transaksi selesai.

d) Tidak boleh ditangguhkan

Pada saat penerbitan, ketika pihak pemegang menyetorkan uang, maka penerbit pada saat itu juga menyerahkan nilai uang elektronik kepada pemegang.

2) Akad *Ijarah*

Menurut Sayyid dalam Fikih Sunah, *al ijarah* berasal dari kata *al Ajru* yang berarti *al „Iwadhu* (ganti/kompensasi). Akad *ijarah* dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/46/PBI/2005, Tentang Akad Penghimpunan Dana Penyaluran Dana Bagi Bank Yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah

Ijarah didefinisikan sebagai transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa. Sedangkan menurut fatwa DSN MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan *Ijarah* mendefinisikan akad *ijarah* adalah akad pemindahan hak guna manfaat atau suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

Pada hal ini, akad *ijarah* dalam uang elektronik terdapat transaksi sewa menyewa atas perlengkapan/peralatan dan atau terdapat pelayanan jasa dalam penyelenggaraan uang elektronik. Akad *ijarah* juga dapat dipakai dalam hal pembayaran upah menyangkut biaya registrasi maupun keikutsertaan *merchant* (pedagang) kepada penerbit, maupun biaya isi ulang uang elektronik diluar nominal pengisian saldo utama.

3) Akad Wakalah

Menurut kalangan Syafi'iyah arti wakalah adalah ungkapan atau penyerahan kuasa (al-muwakkil) kepada orang lain (al-wakil) agar melaksanakan sesuatu dari jenis pekerjaan yang bisa digantikan (an-naqbalu anniyabah) dan dapat dilakukan oleh pemberi kuasa, dengan ketentuan pekerjaan tersebut dilaksanakan pada saat pemberi kuasa masih hidup.³² Adapun menurut Fatwa

³²Helmi Karim, *Fiqh Muamalah*, (Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2002), h. 20.

DSN MUI no. 10 Tahun 2000, akad wakalah merupakan pelimpahan kekuasaan oleh suatu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakili.

Uang elektronik terdapat akad *wakalah* yang digunakan, seperti dalam hal penerbit bekerjasama dengan pihak lain sebagai agen penerbit dan atau terdapat bentuk perwakilan lain dalam dalam transaksi uang elektronik. Akad *wakalah* juga diterapkan dalam pembayaran kepada *merchant* (pedagang) dimana penerbit dapat mewakili pemegang kartu dalam melakukan transaksi.

h. Prinsip-prinsip Syariah dalam Transaksi

Dalam konteks ekonomi, kegiatan muamalah terdapat aturan-aturan yang telah tertuang dalam Al-quran dan Hadits dalam membatasi kegiatan ekonomi yang tujuannya untuk melindungi manusia dari hal-hal yang merugikan.³³ Adapun prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan transaksi antara lain:

1. Tidak Mengandung Maysir

Menurut peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 maysir didefinisikan sebagai transaksi yang mengandung perjudian, untung-untungan atau spekulatif yang tinggi. Secara

³³Nur Rianto Al Arif dan Euis Amelia, Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional, (Jakarta: Kencana Premadamedia Group, 2014), h. 43.

teknisnya setiap pihak yang kalah dalam permainan akan adanya diambil sesuatu yang berupa materi untuk pihak yang menang.³⁴

2. Tidak Menimbulkan Riba

Riba adalah transaksi dengan pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual-beli maupun pinjam-meminjam secara batil atau bertentangan dengan ajaran Islam.

3. Gharar

Menurut bahasa, gharar yang berarti Al-Khathru (bahaya atau resiko). Sedangkan menurut terminologi bay' algharar adalah setiap akad jual beli yang mengandung resiko atau bahaya salah satu pihak sehingga mendatangkan kerugian finansial. Hal tersebut karena adanya keraguan atau ketidakjelasan dalam obyek.

4. Tadlis

Tadlis merupakan penipuan yang terjadi karena adanya ketimpangan informasi tentang barang yang diperjual belikan. Hal ini juga dilarang oleh syariat karena salah satu pihak dapat dirugikan.

5. Tidak Digunakan untuk Transaksi objek Haram dan Maksiat.

Menurut para ulama salah satu syarat sahnya jual beli adalah barang yang diperjual belikan adalah harta yang dapat dimanfaatkan menurut syara', selain itu barang haram menurut syara' dilarang untuk diperjual belikan.

³⁴Nur Rianto Al Arif, Dasar-Dasar Ekonomi Islam, (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2011), h. 108

4. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Engel et al, perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini.³⁵ Menurut Kotler perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, pembuatan barang, jasa, pengalaman, serta ide. Selanjutnya, Kotler menjelaskan perilaku konsumen sebagai suatu studi tentang unit pembelian bisa perorangan, kelompok atau organisasi. Masing-masing unit tersebut akan membentuk pasar sehingga muncul pasar individu atau pasar konsumen, unit pembelian kelompok, dan pasar bisnis yang dibentuk organisasi.³⁶

Pada kenyatannya, dalam hidup ini manusia sering dihadapkan pada berbagai pilihan guna memenuhi kebutuhannya. Pilihan-pilihan ini terpaksa dilakukan karena kebutuhan manusia tidak terbatas, sedangkan alat untuk memenuhi kebutuhan tersebut sangat terbatas. Banyak faktor dan alasan yang mendorong manusia untuk melakukan suatu pembelian. Pemahaman tentang perilaku mereka sangat penting karena dapat dijadikan modal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sebuah prinsip pemasaran mengatakan bahwa

³⁵Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), h.8.

³⁶Ibid., h. 9.

pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta memenuhinya secara lebih efisien dan efektif dibandingkan pesaingnya.

Dari pengertian perilaku konsumen di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah;

- 1) Disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok, atau organisasi dan proses-proses yang digunakan konsumen untuk menyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman (ide) untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen serta dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen dan masyarakat.
- 2) Tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik dalam penggunaan, pengonsumsi, maupun penghabisan barang/jasa, termasuk keputusan yang mendahului dan yang menyusul.
- 3) Tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan. Kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengonsumsi produk tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pascapembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas.³⁷

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

³⁷Ibid.

Menurut Kotler faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari lima tahap, yaitu:

1) Faktor-faktor kebudayaan

Faktor-faktor kebudayaan meliputi kebudayaan, sub budaya dan kelas sosial:

a) Kebudayaan

Kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Perilaku manusia dapat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya dan pengaruhnya akan selalu berubah sesuai dengan perkembangan jaman.

b) Sub budaya

Setiap budaya memiliki kelompok-kelompok sub budaya yang lebih kecil, yang merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas untuk anggotanya. Ada empat macam sub budaya, yaitu kelompok-kelompok kebangsaan, ras, keagamaan dan wilayah-wilayah geografis.³⁸

c) Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relative homogeny dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun

³⁸Guruh Taufan Hariyadi, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Minimarket (Study pada Indomaret dan Alfamart di Semarang)", *JPEB*, Vol 1 No 1, 2016, h.19.

dalam urutan panjang dan para anggotanya pada setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.³⁹

2) Faktor sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti, kelompok referensi, keluarga, peranan dan status sosial.

a) Kelompok referensi

Perilaku seseorang dipengaruhi oleh berbagai kelompok yang memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya seperti keluarga, teman, agama, dan profesi.

b) Keluarga

Para anggota dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumen. Baik dari orang tua, pasangan suami istri maupun anak-anaknya.

c) Peranan dan status sosial

Peranan dan status sosial adalah kedudukan seseorang dalam setiap kelompok. Setiap peranan akan mempengaruhi perilaku membelinya. Serta setiap peranan membawa satu status yang mencerminkan penghargaan umum yang diberikan yang sesuai oleh masyarakat.⁴⁰

³⁹Ibid.

⁴⁰Ibid.

3) Faktor produksi

Keputusan seorang konsumen dipengaruhi juga oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia/tahap daur hidupnya, pekerjaannya, kondisi ekonominya, gaya hidup dan konsep diri.

a) Pekerjaan

Pekerjaan yang member kontribusi yang tinggi akan membuat seseorang berperilaku berbeda dibandingkan dengan seseorang yang mempunyai pekerjaan dibawahnya.

b) Kondisi ekonomi

Kondisi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produknya. Kondisi ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan, tabungan, kemampuan meminjam dan sikapnya terhadap pengeluaran.

c) Gaya hidup

Kehidupan seseorang iyalah pola hidup seorang dalam kehidupan sehari-hari dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama akan memiliki gaya hidup yang berbeda.⁴¹

⁴¹Ibid., h. 20.

4) Faktor psikologi

a) Motivasi

Seseorang mempunyai kebutuhan akan sesuatu. Beberapa diantara kebutuhan itu adalah *biogenic*, yakni muncul dari ketegangan seperti: lapar, dahaga dan tidak nyaman. Kebutuhan lain adalah *psychogenic*, yaitu muncul dari ketegangan psikologis seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri atau merasa diterima oleh lingkungannya. Satu kebutuhan menjadi dorongan bila kebutuhan itu muncul sampai mencapai intensitas yang cukup.

b) Persepsi

Persepsi adalah suatu proses individu memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambar yang bermakna tentang dunia. Seseorang termotivasi berbuat sesuatu dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapi.

c) Belajar

Belajar menggambarkan perubahan dalam perilaku seorang individu yang bersumber dari pengalaman. Kebanyakan perilaku seseorang terjadi melalui keadaan saling mempengaruhi antara dorongan, rangsangan, petunjuk-petunjuk jawaban, faktor penguat, dan tanggapan.⁴²

⁴²Ibid.

d) Kepercayaan dan sikap

Dari belajar seseorang mendapatkan kepercayaan dan sikap. Hal ini selanjutnya mempengaruhi tingkah laku membeli mereka. Suatu kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Sebuah sikap menggambarkan penilaian yang kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek dan gagasan, oleh karena itu perusahaan perlu menyesuaikan produk mereka dengan sikap yang telah ada.

e) Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang mempunyai kepribadian yang akan mempengaruhi perilaku membeli. Kepribadian merupakan bentuk dari sikap yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen ditentukan oleh faktor internal (motif, IQ, emosi, cara berpikir, persepsi) dan faktor eksternal (lingkungan, keluarga, kebudayaan, faktor sosial dan geografisnya) yang ada pada dirinya. Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli. Konsep diri adalah cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan.⁴³

⁴³Ibid., h. 21.

5. Persepsi Konsumen

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua, persepsi akan timbul.

Menurut Stanton, “persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indra. “Menurut Hawkins dan Coney, “persepsi adalah proses bagaimana stimuli itu diseleksi, diorganisasi, dan diinterpretasikan”.⁴⁴

Persepsi kita dibentuk oleh: Karakteristik dari stimulus, hubungan stimuli dengan kelilinnnya, dan kondisi-kondisi di dalam diri sendiri. Stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Persepsi seseorang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi yang dibentuk seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu satu hal perlu di perhatikan dari persepsi

⁴⁴Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), h.64

adalah bahwa persepsi secara substansial bisa sangat berbeda dengan realitas.⁴⁵

Persepsi dapat bernilai negatif dan positif. Jika konsumen memiliki kesan positif terhadap produk yang ditawarkan perusahaan maka hal tersebut akan menghasilkan persepsi positif, brgitupun sebaliknya.

a. Proses Persepsi

Proses persepsi mencakup beberapa aspek, yaitu :

1) Seleksi Perseptual

Seleksi perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada set psikologi (*psychological set*) yang dimiliki. Set psikologi adalah berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapat perhatian dari konsumen. Oleh karena itu, dua proses yang termasuk dalam definisi seleksi adalah perhatian (*attention*) dan persepsi selektif (*selective perception*).

2) Organisasi Perseptual

Organisasi perseptual (*perceptual organization*) berarti konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami secara lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi perseptual penyatuan adalah bahwa berbagai stimulus

⁴⁵Ibid., h. 65.

akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Prinsip-prinsip penting dalam intergrasi persepsi adalah penutupan (*closure*), pengelompokan (*grouping*), dan konteks (*context*).

3) Interpretasi Perseptual

Proses terakhir dari persepsi adalah pemberian interpretasi atas stimuli yang diterima konsumen. Interpretasi ini didasarkan pada pengalaman penggunaan pada masa lalu yang tersimpan dalam memori jangka panjang konsumen.⁴⁶

6. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Dalam jurnal Priambodo & Prabawani model penerimaan teknologi atau *technology acceptance model (TAM)* ini dikembangkan oleh Davis et al. model penerimaan teknologi ini merupakan adaptasi dari teori tindakan beralasan atau *theory reasoned action (TRA)* yang dikembangkan oleh Fishben dan Ajzen. TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimony atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan teknologi informasi itu sendiri.⁴⁷

TAM telah digunakan untuk penelitian teknologi informasi dalam berbagai konteks. Selain itu hubungan konstruk – konstruk yang ada di TAM telah seringkali terbukti nyata secara signifikan tetapi masih belum terbukti dan berpotensi untuk memunculkan perdebatan untuk diterapkan

⁴⁶Ibid., h. 69.

⁴⁷Davis, F, *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Technology. Management Information System*, (1989).

dalam konteks teknologi informasi untuk booking alat transportasi online.⁴⁸

Technology Acceptance Model (TAM) mendefinisikan dua persepsi dari pemakai teknologi yang memiliki suatu dampak pada penerimaan mereka. TAM menekankan pada persepsi pemakai tentang “bagaimana kegunaan sistem untuk saya” dan “semudah apakah sistem itu digunakan”, kegunaan dan kemudahan adalah dua faktor kuat yang mempengaruhi penerimaan atas teknologi dan merupakan determinan fundamental dalam penerimaan pemakai.

Pavlou mengembangkan model tersebut tidak hanya faktor kegunaan dan kemudahan saja yang mempengaruhi pemakai teknologi informasi. Dalam penelitiannya Pavlou dapat membuktikan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi kemudahan, kegunaan dan risiko dalam pemakaian teknologi.⁴⁹

Dalam konteks sistem teknologi informasi, perilaku dikonsepsikan dalam penggunaan sesungguhnya yang merupakan bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu teknologi. Dengan kata lain pengukuran penggunaan sesungguhnya diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan besarnya frekuensinya. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika meyakini

⁴⁸Pavlou, P. A, *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. International Journal of Electronic Commerce*, (2003).

⁴⁹Priyono, A, Analisis Pengaruh Trust dan Risk dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay. *Siasat Bisnis*, (2017).

bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitasnya, yang tercermin dari kondisi nyata.

a. Persepsi Kemudahan

Davis mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Persepsi kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit.

Dalam model TAM yang menggunakan kepercayaan sebagai salah satu variabelnya, menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *trust*. Geven berargumen jika pengembang website berupaya agar website yang dikelolanya menjadi lebih mudah digunakan dengan navigasi yang lebih mudah dipahami pengguna, maka dapat diartikan bahwa pengelola website mempunyai komitmen untuk menjaga hubungan dengan pelanggan. Argumen sejenis juga berlaku untuk mempermudah pengguna, maka dapat diartikan bahwa pengelola memiliki komitmen dan kesungguhan.⁵⁰

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai "tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas

⁵⁰Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. Inexperience and Experience With Online Stores: The Importance of TAM and Trust. *IEEE Transactions on Engineering Management*, (2003)

dari usaha",⁵¹ yang mencerminkan bahwa usaha merupakan sumber daya yang terbatas bagi seseorang yang akan mengalokasikan untuk berbagai kegiatan. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan sistem pembayaran elektronik seperti Go Pay akan mengurangi usaha dalam hal ini mengindikasikan sistem pembayaran elektronik memberikan kemudahan bagi pemakai dibandingkan dengan pemakai yang tidak menggunakan sistem pembayaran elektronik.

b. Persepsi Manfaat

Davis mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.⁵²

Sistem pembayaran elektronik seperti dompet elektronik (*electronic wallet*) memberikan banyak manfaat daripada menggunakan uang tunai maupun non tunai diantaranya menghindari dari kesalahan penghitungan kembalian, waktu yang diperlukan untuk

⁵¹Davis, F, *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Technology. Management Information System*, (1989).

⁵²Ibid.

menyelesaikan transaksi menggunakan electronic wallet lebih cepat dibandingkan dengan alat pembayaran seperti ATM, kartu debit, kartu kredit yang memerlukan otorisasi PIN atau tandatangan. Dalam penelitian ini, *perceived usefulness* menunjukkan penilaian subjektif dari kegunaan yang ditawarkan oleh aplikasi dompet elektronik untuk mempermudah mendapatkan jasa yang diinginkannya

c. Persepsi Resiko

Berdasarkan penelitian yang ada saat ini, terdapat dua bentuk ketidakpastian yang dapat muncul dalam adopsi teknologi baru: ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*) dan ketidakpastian perilaku (*behavioural uncertainty*). Ketidakpastian lingkungan berasal dari jaringan komunikasi teknologi yang berada di luar kendali pengguna. Bahkan, operator teknologi informasi pun sulit untuk mengendalikan.

Konsisten dengan perspektif ini, penelitian ini mendefinisikan persepsi risiko sebagai kepercayaan subjektif dari pengguna bahwa terdapat kemungkinan terjadinya risiko untuk mengalami kerugian ketika menggunakan layanan aplikasi dompet elektronik.⁵³

d. Kepercayaan

Dalam kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung risiko. Dalam kondisi yang berisiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil

⁵³Pavlou, P. A, *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. International Journal of Electronic Commerce*, (2003).

tindakan. Kepercayaan membantu pengguna untuk mengatasi kekhawatiran yang dihadapinya dan mendorong mereka untuk mengadopsi sebuah produk. Kepercayaan yang dimilikinya mampu mengatasi adanya persepsi yang muncul. Meskipun mereka percaya akan adanya risiko, akan tetapi adanya kepercayaan tetap mendorong mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut.

7. Profil Gojek

Gojek memulai perjalanannya pada tahun 2010 dengan layanan pertama kali yaitu pemesanan ojek melalui *call center*. Gojek berkembang dengan begitu pesat dan pada tahun 2015 gojek meluncurkan sebuah aplikasi tiga layanan, yaitu: GoRide, GoSend, dan GoMart. Sejak saat itu, perkembangan Gojek semakin cepat dan terus melaju hingga menjadi grup teknologi terkemuka yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara.

Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Ada tiga pilar Gojek, yaitu: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Gojek telah beroperasi di 50 kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Malang, Solo, Manado, Samarinda, Batam, Sidoarjo, Gresik, Pekanbaru, Jambi, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Mataram, Kediri, Probolinggo, Pekalongan, Karawang, Madiun, Purwokerto, Cirebon, Serang, Jember,

Magelang, Tasikmalaya, Belitung, Banyuwangi, Salatiga, Garut, Bukittinggi, Pasuruan, Tegal, Sumedang, Banda Aceh, Mojokerto, Cilacap, Purwakarta, Pematang Siantar, dan Madura serta pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang.⁵⁴

Ada beberapa layanan yang tersedia di aplikasi Gojek, diantaranya:

a. Go Ride

Go Ride adalah layanan transportasi sepeda motor yang mengantarkan pelanggannya kemanapun pergi. Cara ordernya adalah pelanggan memilih layanan Go Ride pada aplikasi Gojek, lalu masukkan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan, dan membayar biaya antar ke driver.

b. Go Car

Go Car adalah layanan transportasi antar jemput dengan menggunakan mobil. Cara ordernya sama dengan cara order Go Ride, pilih layanan Go Car pada aplikasi Gojek.

c. Go Food

Go Food adalah layanan pesan antar makanan online, sudah lebih dari 37.000 restoran yang terdaftar di aplikasi Gojek. Cara ordernya, pelanggan memesan makanan yang diinginkan di sebuah restoran, driver Gojek mencarikan driver ke rumah pemesanan,

⁵⁴Gopay (On-line), tersedia di: <https://www.gojek.com/blog/gopay/>.

pemesan membayar harga makanan ditambah dengan biaya antarnya.⁵⁵

d. Go Send

Go Send adalah layanan kurir instan pengiriman barang atau dokumen. Cara ordernya, pelanggan memesan pada layanan lalu memasukkan lokasi pengambilan barang memasukkan lokasi tujuan dan driver melakukan pengiriman dan pelanggan membayar biaya antar.

e. Go Mart

Go Mart adalah layanan pesan antar belanjaan dengan puluhan daftar toko dan puluhan ribu produk lainnya. Cara ordernya, pelanggan memesan barang yang diinginkan disebuah took, lalu Gojek mencarikan driver ke tempat pemesanan. Pelanggan membayar sesuai dengan struk belanjaan ditambah dengan biaya antar.

f. Go Box

Go Box adalah layanan pindah barang ukuran besar menggunakan truck. Cara ordernya, pilih layanan Go Box masukkan deskripsi barang yang akan dikirim beserta lokasinya, driver akan menjemput dan mengantarkannya. Pelanggan membayar biaya kirim.

g. Go Massage

Go Massage adalah layanan pijat kesehatan profesional yang langsung datang kerumah pelanggan. Cara ordernya, pelanggan

⁵⁵Ibid.

memilih layanan Go Massage lalu terapis datang dan pelanggan membayar biaya pijat.⁵⁶

h. Go Clean

Go Clean adalah layanan jasa kebersihan profesional yang langsung datang ke kediaman pelanggan. Cara ordernya, pilih layanan Go Clean masukkan tipe hunian yang akan di bersihkan masukkan hari waktu dan lokasi, Go Clean datang dan pelanggan membayar.

i. Go Glam

Go Glam adalah layanan jasa perawatan kecantikan yang langsung bias datang kerumah pelanggan dan beroperasi mulai pukul 06.00-20.00. cara ordernya, pilih layanan Go Glam pertugas datang dan pelanggan membayar.

j. Go Tix

Go Tix adalah layanan antar pesan tiket ke tangan pelanggan mulai dari tiket music, olahraga, seni dan budaya, atraksi. Hingga workshop. Cara ordernya, pilih layanan Go Tix pesan tiket yang diinginkan pilih lokasi pengantaran tiket, driver membelikan tiket dan mengantarkan ke pelanggan, dan membayar harga tiket ditambah biaya antar.

k. Go Busway

⁵⁶Ibid.

Go Busway adalah layanan untuk memonitoring jadwal layanan bus transjakarta dan memesan Go Ride untuk mengantar pelanggan kesana.

l. Go Med

Go Med adalah layanan apotik antar untuk memesan obat-obatan dan kebutuhan medis lain dari apotek yang berlisensi. Cara ordernya, pilih layanan Go Med pilih produk obat masukkan lokasi pengiriman driver datang pelanggan membayar harga obat ditambah biaya antar.

m. Go Auto

Go Auto adalah layanan perawatan atau service otomotif kendaraan yang praktis. Cara ordernya, pilih layanan Go Auto masukkan detail kendaraan pilih layanan service provider datang pelanggan membayar.⁵⁷

n. Go Pulsa

Go Pulsa adalah layanan pengisian ulang pulsa dari aplikasi dengan menggunakan saldo Go Pay. Cara ordernya, pilih layanan Go Pulsa masukkan nomor tujuan pilih nominal saldo Go Pay otomatis terpotong.

o. Go Pay

Go Pay merupakan dompet elektronik yang dikembangkan oleh perusahaan Gojek yang digunakan sebagai layanan pembayaran

⁵⁷Ibid.

selama menggunakan aplikasi Go-Jek. Terdaftar dan di monitori Bank Indonesia, yang memiliki fungsi sama dengan uang tunai yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran yang sah, yang nilainya sama dengan nilai uang tunai yang di depositkan terlebih dahulu di dalam akun Go Pay. Akun Go Pay adalah akun yang diberikan ke pengguna Go Pay pada saat registrasi.

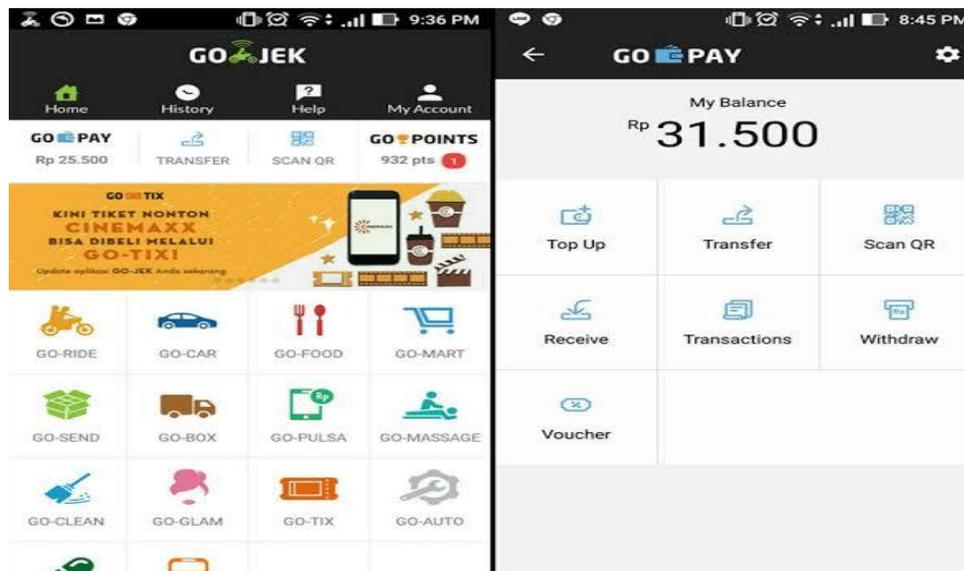
Go Pay hanya dapat digunakan untuk layanan Go Pay yang tersedia di aplikasi Gojek. Layanan ini dapat digunakan selama saldo mencukupi dan pelaku usaha sudah memiliki kerjasama dengan pihak Gojek.

Saat ini Go Pay sudah terintegrasi dengan bank-bank besar di Indonesia demi kemudahan pengguna untuk melakukan top up. Beberapa bank besar yang bekerjasama dengan mitra Gojek adalah BCA, Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI, Permata Bank, CIMB Niaga, serta pengisian saldo via ATM Bersama dan PRIMA.

Melalui layanan Go Pay, pengguna bisa melakukan pembayaran dengan mudah untuk segala layanan yang tersedia dari aplikasi Gojek. Untuk menggunakan layanan Go Pay pengguna cukup melakukan instalasi aplikasi Gojek pada smartphone dan melakukan isi ulang saldo Go Pay sesuai dengan kebutuhan.⁵⁸

Gambar 2.1
Tampilan Fitur Aplikasi Gojek

⁵⁸Ibid.



Sumber dari : <https://www.gojek.com/blog>

B. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu merupakan suatu sumber yang dijadikan sebagai bahan perbandingan, acuan dan pertimbangan dalam melakukan penelitian. Berikut ini akan dipaparkan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Analisis pengaruh trust dan risk	Anjar Priyono,	Variabel Independen:	Temuan empiris menunjukkan bahwa

	dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go Pay	2017	Kepercayaan dan resiko Variabel Dependen: penerimaan teknologi pembayaran elektronik	baik resiko maupun kepercayaan berpengaruh terhadap penerimaan teknologi pembayaran elektronik.
2	Pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan <i>e-money</i> (studi kasus mahasiswa universitas brawijaya	Arsita Ika Adiyanti, 2015	Variabel Independen: Pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, kepercayaan Variabel Dependen: Minat menggunakan <i>e-money</i>	Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money</i>
3	Pengaruh persepsi	Singgih	Variabel	Persepsi manfaat

	<p>manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat di kota Semarang</p>	<p>Priambo do dan Bulan Prabawani, 2016.</p>	<p>Independen: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko</p> <p>Variabel</p> <p>Dependen: Minat menggunakan layanan uang elektronik</p>	<p>memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, dan persepsi resiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan.</p>
4	<p>Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan uang</p>	<p>Kevin Anarjia dan Jonez Z. Rante, 2018</p>	<p>Variabel</p> <p>Independen: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan</p> <p>Variabel</p>	<p>Secara simultan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan</p>

<p>elektronik</p> <p>SAKUKU</p> <p>PT.Bank Central</p> <p>Asia, Tbk KCU</p> <p>Cikarang</p>		<p>Dependen:</p> <p>minat</p> <p>menggunakan</p> <p>layanan uang</p> <p>elektronik</p> <p>SAKUKU</p>	<p>layanan uang</p> <p>elektronik</p> <p>SAKUKU.</p> <p>Hubungan antara</p> <p>persepsi manfaat dan</p> <p>minat adalah sangat</p> <p>kuat. Persepsi</p> <p>manfaat secara</p> <p>parsial memiliki</p> <p>pengaruh yang</p> <p>signifikan terhadap</p> <p>minat menggunakan</p> <p>layanan uang</p> <p>elektronik</p> <p>SAKUKU.</p> <p>Hubungan antara</p> <p>persepsi kemudahan</p> <p>penggunaan dengan</p> <p>minat adalah sangat</p> <p>kuat. Persepsi</p> <p>kemudahan</p> <p>penggunaan secara</p> <p>parsial memiliki</p>
---	--	--	---

				pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik SAKUKU.
5	Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan pada minat menggunakan uang elektronik	Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharna Saputra, 2019	Variabel Independen: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan Variabel Dependen: minat menggunakan uang elektronik	Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

				menggunakan uang elektronik. Hasil penelitian ini berarti berarti semakin besar persepsi manfaat akan meningkatkan minat menggunakan uang elektronik.
--	--	--	--	---

Berdasarkan penelitian terdahulu yang terdapat di tabel 2.1 diatas, ada perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu pada variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi resiko. Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah penggunaan *e-money*. Dan objek penelitiannya pada masyarakat pengguna Go Pay di Bandar Lampung. Temuan-temuan penelitian tersebut menjadi acuan dan bahan perbandingan khusus oleh penulis yang digunakan sebagai wacana dan rujukan, dengan harapan pada penulisan penelitian ini bisa terjaga keauntetikannya dan tidak menyamai karya-karya ilmiah penelitian lain, ataupun plagiat pada penulisannya.

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk

kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁵⁹

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan landasan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan Go Pay

Kemudahan yaitu tingkat dimana user percaya bahwa teknologi atau suatu sistem dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Penelitian yang dilakukan oleh Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani, menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Adapun hipotesis yang diajukan berdasarkan penjelasan di atas adalah sebagai berikut:

H₁ Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Go Pay

⁵⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 64.

2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan Go Pay

Kemanfaatan adalah tingkat keyakinan dimana seseorang seseorang yakin atau percaya bahwa suatu produk atau sistem dapat membantu aktivitasnya menjadi lebih efektif dan efisien. Kemanfaatan terhadap minat menggunakan e-money dapat diartikan bahwa e-money dirasa bermanfaat dan dapat memberikan keuntungan pada penggunaannya sehingga dapat mendorong minat dalam menggunakan e-money.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitri Sholikhah (2018) menemukan hasil persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan layanan e-money BSM. Sholehuddin Zulqurnain (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan terhadap minat menggunakan E-Money (Studi Pada Mahasiswa Universitas Gadjah Mada)” juga menemukan hasil bahwa Kemanfaatan Berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-money. Berdasarkan hasil dari penelitian diatas maka hipotesis kedua yang akan penulis ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂ Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Go Pay.

3. Pengaruh persepsi resiko terhadap penggunaan Go Pay

Persepsi resiko adalah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam

melakukan kegiatan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Priyono persepsi resiko berpengaruh positif terhadap penggunaan sesungguhnya, sedangkan dalam penelitian Priambodo & Prabawani persepsi resiko tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan sesungguhnya. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H₃ Persepsi resiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Go pay

4. Pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan Go Pay

Gefen, mendefinisikan kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab, sementara itu Ba dan Pavlou, mendefinisikan kepercayaan adalah penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu menurut harapan orang kepercayaan dalam suatu lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Bashir dan Madhavaiah bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan uang elektronik, sedangkan dalam penelitian Pangabean kepercayaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan uang elektronik. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang dapat di ambil:

H₄ Kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Go Pay

5. Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, resiko dan kepercayaan terhadap pengguna Go Pay

H_s Persepsi kemudahan, manfaat, resiko dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Go Pay



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Al-Aliyy, *Al-Quran dan Terjemahan*, Departemen Agama RI: CV Penerbit Diponegoro, 2006.
- Arikanto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*, Jakarta:Rajawali Pres, 2010.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, Cet,VIII, 2016.
- Karim, Helmi, *Fiqh Muamalah*, Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2002.
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Muhammad, Rifki, *Akuntansi Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: P3EI Press, 2008
- Noor, Juliansyah, *Metode Penelitian*, Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Rangkuti, Freddy. *Riset Pemasaran*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Umum, 2015.
- Rianto, Nur Al Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: Era Adicitra Intermedia, 2011.
- Rianto, Nur Al Arif dan Euis Amelia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana Premadamedia Group, 2014.
- Rivai, Veithal dkk, *Bank and Financial Institution Management*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiha, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Sjahdeni, Sutan Remi, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2005
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.

Sujarweni, V. Wiratna. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2015.

JURNAL

Adiyanti, Arisita Ika, “Pengaruh Pendapatan, Manfaat, kemudahan Penggunaan, Daya Tarik promosi dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money”, *Jurnal Ilmiah*, 2015.

B.Sundari, Cicilia Erly Istia dan Renita Helena, “*Factors Affecting Electronic Money (E-Money) Sales Case Study in Banking Entities in Indonesia*”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol 24 No 3, Desember 2019.

Davis, F, *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Technology. Management Information System*, 13(3), 1989.

Fauzan, Fajar & Mudiantono, Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Lokasi Terhadap Minat Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Kost sekitar Tembalang dalam Empat Wilayah, Diponegoro *Journal of Management Vol 4 No 1*, 2015.

Geven, “Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan E-money”, *Jurnal Ilmiah*, 2014.

Hariyadi, Guruh Taufan, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Minimarket (Study pada Indomaret dan Alfamart di Semarang)”, *JPEB*, Vol 1 No 1, 2016, h.19

Nofianda, Vemby Ikrima, “Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Money Multiplier Di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Brawijaya, 2015.

Pavlou, P. A., Consumer Acceptance of Electronic Commerce : Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 2003.

Priambodo, Singgih dan Bulan Prabawani, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 5 No 2, 2016.

Wibowo, Setyo Ferry dan Dede Rosmauli, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card*”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 6, No. 1, 2015.

SKRIPSI

Baridwan, Tjini, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Internet Banking*.” *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*, 2013.

Diptha, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik”, *Skripsi Program Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang*.

Jogiyanto, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO), Tbk. Di Makasar”, *Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hasanudin Makasar*.

Ramadhan, “Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan Dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E- Money, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening”, *Skripsi Program Studi S1 Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Salatiga, Salatiga*, 2019.

SUMBER ON-LINE

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, “Survey APJII yang Ditunggu-tunggu, Penetrasi Internet Indonesia 2018” (On-line), tersedia di: <https://apjii.or.id/survei>, 2019.

Bank Sentral Republik Indonesia (On-line), tersedia di: (<https://www.bi.go.id>>publikasi), 2002.

Bank Sentral Republik Indonesia (On-line), tersedia di: (<https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/Contents/Default.aspx>), 2018.

Bank Sentral Republik Indonesia, “Edukasi Perlindungan Konsumen” (On-line), tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>, 2018.

Bank Sentral Republik Indonesia, “Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran” (On-line), tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Pages/default.aspx>, 2019.

Bank Sentral Republik Indonesia, “Jumlah Uang Elektronik Beredar” (On-line), tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/Contents/Jumlah%20Uang%20Elektronik.aspx>, 2019.

CNN Indonesia, “Membongkar Modus Bobol Go Pay yang Timpa Maia Estianty” (On-line), tersedia di: <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20191230110044-185-460937/membongkar-modus-bobol-gopay-yang-timpa-maia-estianty>, 30 Desember 2019.

Gopay (On-line), tersedia di: <https://www.gojek.com/blog/gopay/>

Kbbi.web.id (On-line), tersedia di : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Analisis>.

Kbbi.web.id (On-line), tersedia di : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pengaruh>.

Kbbi.web.id (On-line), tersedia di : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Penggunaan>.

Kbbi.web.id (On-line), tersedia di : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Persepsi>.
Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (On-line), tersedia di: https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_1112209.aspx.

Sejarah Gojek Indonesia, <https://id.wikipedia.org/wiki/GOJEK>, 10 Desember 2018.

Vincent Fabian Thomas, “Streaming: Benarkah Dompot Digital Rawan Dibobol?” (On-line), tersedia di: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200104145748-37-127639/streaming-benarkah-dompot-digital-rawan-dibobol>, 04 Januari 2020.