

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
MANFAAT TERHADAP PENGGUNAAN
SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Syariah UIN Raden
Intan Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

Mohamad Agil Syirod

NPM : 1851030347

Program Studi : Akuntansi Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
MANFAAT TERHADAP PENGGUNAAN
SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Syariah UIN Raden
Intan Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

Mohamad Agil Syirod

NPM : 1851030347

Program Studi : Akuntansi Syariah



Pembimbing I : Dr. Ali Abdul Wakhid, M. Si.

Pembimbing II : Citra Etika, M.Si

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN

LAMPUNG

1445 H / 2023 M

ABSTRAK

Sistem pembayaran non-tunai adalah cara menyelesaikan transaksi pembayaran menggunakan kartu atau aplikasi berbasis pembayaran elektronik tanpa menggunakan uang secara langsung. Banyak masyarakat, terutama kaum milenial, menyukai transaksi non-tunai karena dianggap praktis, efisien, mudah, serta mengandung promo dan keuntungan tertentu terlebih saat ini dengan bersaingnya para penerbit uang elektronik, jasa start up ataupun *marketplace* termasuk shopee. Terdapat dua faktor utama yang menyebabkan seorang individu menggunakan suatu teknologi yakni persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Adanya kemudahan dan manfaat yang didapatkan dari sistem pembayaran non tunai shopee juga dapat menjadikan seseorang menjadi berperilaku konsumtif. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap sistem pembayaran non tunai shopee.

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif kausal. Objek penelitian yang diteliti adalah Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang berjumlah. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yang diambil sebagai sampel dengan teknik purposive sampling dengan ukuran menggunakan rumus Slovin. Kemudian data yang diperoleh dianalisa menggunakan model regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 25.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sistem pembayaran non tunai shopee, Sedangkan secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sistem pembayaran non tunai shopee.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Sistem Pembayaran Non Tunai, Shopee

ABSTRACT

Non-cash payment systems are a method of completing payment transactions using cards or electronically-based applications without the use of physical currency. Many individuals, particularly millennials, prefer non-cash transactions due to their perceived convenience, efficiency, ease of use, as well as the presence of promotions and specific benefits. This preference is further heightened by the competitive landscape of electronic money issuers, start-up services, and marketplaces like Shopee. Two primary factors influence an individual's adoption of technology: perceived usefulness and perceived ease of use. The ease and benefits obtained from Shopee's non-cash payment system can also lead someone to exhibit consumptive behavior. his study aims to empirically demonstrate the impact of perceived ease and benefits on Shopee's non-cash payment system.

The research methodology employs an associative causal quantitative approach. The study focuses on students majoring in Sharia Accounting at the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Raden Intan Lampung. Primary data was collected through questionnaire distribution to respondents selected through purposive sampling based on the Slovin formula. The collected data were analyzed using multiple linear regression models with SPSS 25.

The research findings indicate that, partially, both perceived ease and perceived benefits have a positive and significant impact on Shopee's non-cash payment system. Simultaneously, both perceived ease and perceived benefits significantly affect the non-cash payment system on Shopee.

Keywords : Perceived Ease of Use, Perceived Benefits, Non-Cash Payment System, Shopee

SURAT PERNYATAAN

Assalamua 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohamad Agil Syirod

NPM : 1851030347

Prodi : Akuntansi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Syariah UIN Raden Intan Lampung)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 11 September 2023
Penyusun

Mohamad Agil Syirod

NPM : 1851030347



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

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratminto Sukatirane Bandar, Tlp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Penggunaan Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Syariah UIN Raden Intan Lampung)" disusun oleh Mohamad Agil Syirod, NPM: 1851030347, Program Studi: Akuntansi Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung Pada Hari/Tanggal: Selasa, 19 Desember 2023

TIM PENGUJI

Ketua : Nuriaili, S.Ag., M.A.

Sekretaris : Nanda Audia, M.M.

Penguji I : Rahmat Fajar Ramdani, S.E., M.Si.

Penguji II : Citra Etika, S.E., M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof Tulus Suriyanto, S.E., M.M., Akt, C.A.

197009262008011008

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

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin/Sukramic Bandar, Tlp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Penggunaan Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Syariah UIN Raden Intan Lampung)

Nama : Mohamad Agil Syiroid
NPM : 1851030347
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I **Pembimbing II**

Dr. Ali Abdul Wakhid, M.Si. Citra Etika, S.E., M.Si.
NIP.1975031720003121003 NIP. 198501122019032013

Mengetahui
Ketua Jurusan Akuntansi Syariah


A. Zuliansyah, S.Si., M.M
NIP.198302222009121003

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”.

(QS. Al-Insyirah : 6)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas segala limpahan rahmat yang telah diberikan Allah SWT., kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah UIN Raden Intan Lampung)’. Shalawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW., yang safaatnya kita nantikan di yaumul akhir kelak. Aamiin Yaa Rabbal’alamiin.

Saya persembahkan skripsi ini dan saya dedikasikan sebagai ucapan rasa syukur penulis kepada:

1. Kepada kedua orang tua saya Bapak Suparlan (Alm) serta Ibu Ani yang tiada henti mendoakan saya hingga sampai ke tahap ini. Saya sangat bersyukur karena kedua orang tua saya selalu mendukung apapun yang terbaik untuk anaknya. Terutama ibu saya yang sudah bekerja keras untuk menyekolahkan saya ditengah perekonomian yang serba kecukupan. Dengan semangat dari ibu saya yang giat bekerja demi anaknya serta tiada henti nya doa yang dipanjatkan guna kemudahan yang didapatkan anaknya sehingga dapat menyelesaikan kuliah dengan baik. Alhamdulillah atas doa dan dukungannya, saya bisa menyelesaikan program studi S1 ini. Semoga Allah selalu melindungi serta diberikan kesehatan juga umur yang panjang.
2. Kakak Saya, Siti Yulaekah, Taufik Yulyanto, Sri Puji Astuti, Siti Aisyah, Sri Puji Rahayu, Edi Gunawan, Chirinaldy yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan motivasi yang tiada hentinya selama proses penyelesaian penulisan skripsi. Terima kasih atas doa yang tulus, dukungan materi dan motivasi yang selalu diberikan. Tanpa dukungan doa, kerja keras, dan semangat dari kalian semua, saya yakin saya tidak akan mencapai titik ini.
3. Kepada semua teman-teman saya yang telah menjadi bagian dari skripsi ini, terima kasih atas kontribusi kalian dalam proses pendewasaan diri saya. Kalian selalu memberikan

dukungan di setiap langkah, memberikan arahan, dan motivasi untuk menjadi pribadi yang lebih kuat.

4. Almamater tercinta kampus UIN Raden Intan Lampung yang telah menjadi tempat menempuh pendidikan dan tempat menimba ilmu baik dari segi pengetahuan maupun keagamaan. Semoga semakin sukses, berkualitas, dan selalu terdepan dengan nilai-nilai kebaikan.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Mohamad Agil Syirod, dilahirkan di Bandar Lampung, Kecamatan Tanjung Gading, Kabupaten Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung pada tanggal 7 Oktober 2000. Penulis merupakan anak pertama terlahir dari pasangan Bapak Suparlan (Alm) dan Ibu Ani Sumiati. Jenjang pendidikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Tk Kecamatan Tanjung Gading Kabupaten Kota Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2005-2006
2. SD Negeri 2 Tanjung Gading Kecamatan Tanjung Gading Kabupaten Kota Bandar Lampung dari kelas satu sampai kelas empat selesai pada tahun 2010
3. SD Negeri 2 Kabayan Kecamatan Pandeglang Kabupaten Pandeglang dari kelas empat sampai kelas enam selesai pada tahun 2012
4. SMP Negeri 3 Pandeglang Kecamatan Pandeglang Kabupaten Pandeglang selesai pada tahun 2012-2015
5. SMA Negeri 2 Pandeglang Kecamatan Pandeglang Kabupaten Pandeglang selesai pada tahun 2015-2018 dengan mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Alam

Dan pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan mengambil Jurusan Akuntansi Syariah.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan inayah Nya dan memberikan segala kemudahan untuk berbagai urusan sehingga atas izin-Nyalah skripsi ini dapat terealisasikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, para sahabat, keluarga, dan para pengikutnya agar kelak mendapat Syafaat di yaumul akhir.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun) dalam bidang ilmu Akuntansi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sedalam-dalam dan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Act., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, beserta wakil dekan 1,2,3 dan jajaran.
2. Bapak A. Zuliansyah, S.Si., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Bapak Ali Abdul Wakhid, S.Ag.,M.Si.selaku Pembimbing I dan, Ibu Citra Etika, M.Si. selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan motivasi, dukungan, meluangkan waktunya untuk membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepala perpustakaan UIN Raden Intan Lampung dan pengelola perpustakaan yang telah memberikan informasi, data, referensi, dan lain-lain.
5. Kepada seluruh Dosen, Pegawai dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Staff Prodi Akuntansi Syariah yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu yang sangat

bermanfaat kepada penulis semoga ilmu yang didapatkan oleh penulis berkah dan dapat berguna kedepannya.

6. Kepada keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, motivasi, doa, dan semangat selama perjalanan kuliah saya, sehingga skripsi ini dapat berhasil diselesaikan.
7. Seluruh sahabatku yang selalu memberikan motivasi, dukungan yang tiada henti kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Teman-teman seperjuangan Akuntansi Syariah C 2018, dan teman seperjuangan dari kelas dan jurusan lain, terimakasih sudah membantu mengisi dan menyebarkan kuesioner sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi, terimakasih juga atas dukungannya dan telah memberikan semangat satu sama lain, semoga kalian dimudahkan juga urusannya dan bisa menjadi orang sukses kedepannya.

Semoga Allah selalu memberikan rahmat dan petunjuk kepada semua yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini. Saya menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, baik dalam penyajian maupun penyusunan materinya. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan saran, kritik, dan masukan yang membangun agar skripsi ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi orang lain.

Bandar Lampung, 11 September 2023

Mohamad Agil Syirod

1851030347

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	17
B. Latar Belakang Masalah	19
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	29
D. Rumusan Masalah	30
E. Tujuan Penelitian.....	31
F. Manfaat Penelitian.....	31
G. Kajian Terdahulu Yang Relevan	32
H. Sistematika Penulisan.....	35
BAB II LANDASAN TEORI dan PENGAJUAN HIPOTESIS	
A. Teori Yang Digunakan	37
1. Teori Akuntansi Keprilakuan	37
2. Theory of Acceptance Model (TAM)	39
3. Teknologi Finansial	41
4. Persepsi Kemudahan	42
5. Persepsi Kemanfaatan	45
6. Sistem Pembayaran Non Tunai	48
7. E-commere Shopee	54
B. Pengajuan Hipotesis	67
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	70
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	70
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data	71

D. Sumber Data.....	74
E. Definisi Operasional Variabel	75
F. Instrumen Penelitian.....	80
G. Uji Validitas dan Reabilitas Data	80
H. Teknik Analisis Data	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data.....	87
B. Hasil Penelitian	94
C. Pembahasan.....	112
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	138
B. Rekomendasi	139
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persaingan <i>E-commerce</i> di Indonesia	22
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	77
Tabel 3.3 Skala Likert	80
Tabel 4.1 Kriteria Atau Pertimbangan Sampel	87
Tabel 4.2 Jawaban Responden Persepsi Kemudahan	88
Tabel 4.3 Jawaban Responden Persepsi Kemanfaatan	91
Tabel 4.4 Jawaban Resoneden Pembayaran Non Tunai	92
Tabel 4.5 Uji Validitas Instrumen Persepsi Kemudahan	95
Tabel 4.6 Uji Validitas Instrumen Persepsi Kemanfaatan	96
Tabel 4.7 Uji Validitas Instrumen Pembayaran Non Tunai	96
Tabel 4.8 Uji Reabilitas	98
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif	99
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	103
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients	105
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients	107
Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikan Parsial Coefficients	109
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikan Simultan (F)	111
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinan R ²	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia.....	21
Gambar 1.2 Presentase Metode Pembayaran Yang Paling Sering Digunakan di Marketplace	23
Gambar 1.3 Hasil Presentase Prariset Marketplace Yang Sering Digunakan Mahasiswa FEBI.....	24
Gambar 1.4 Hasil Presentase Prariset Persentase Pengguna Shopee Berdasarkan Jurusan	24
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	67
Gambar 4.1 Normal P Plot	103
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	145
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	155
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	168
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	170
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas Probability Plot.....	170
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	170
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas	171
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	171
Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	171
Lampiran 11 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	172
Lampiran 12 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	172
Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	172

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna memudahkan pemahaman skripsi ini dan menghindari kesalahan bagi pembaca serta mendapatkan gambaran yang jelas terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan, maka perlu dipertegas judul yang saya ambil, yaitu: **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee”**. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan sebagai berikut :

1. **Pengaruh** yaitu kekuatan yang muncul dari sesuatu, seperti manusia, benda-benda yang turut membentuk sebuah watak, perbuatan seseorang atau kepercayaan.¹
2. **Persepsi Kemudahan** yaitu seberapa besar seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat dengan mudah diakses tanpa membutuhkan *efforts* yang banyak.²
3. **Persepsi Kemanfaatan** yaitu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut.³
4. **Sistem Pembayaran Non Tunai** yaitu yaitu sebuah sistem yang didalamnya terdapat peraturan, kontrak, teknis, dan fasilitas sebagai sarana untuk proses penyampaian, pengesahan, maupun intruksi pembayaran yang membantu kelancaran suatu pertukaran nilai antar

¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).

² Davis F. D., *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology* (MIS Quarterly, 1989).

³ Nur Amalina Syahidah, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money yang Dimoderasi Dengan Kepercayaan,” Skripsi, 2018.

perorangan maupun pihak lain seperti bank maupun lembaga dalam negeri ataupun internasional.⁴

5. **Shopee** yaitu sebuah aplikasi *mobile*, aplikasi ini merupakan wadah belanja *online* yang lebih fokus pada *platform mobile*.⁵

Berdasarkan penjelasan dan istilah-istilah di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan judul ini adalah sebuah penelitian mengenai dampak persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap penggunaan sistem pembayaran non tunai shopee. Jika seseorang meyakini bahwa sistem dapat digunakan dengan mudah dipahami serta tidak membutuhkan waktu dan biaya yang besar. Dengan adanya hal tersebut, sehingga pengguna dapat dengan baik dan senang melakukan transaksi dalam layanan sistem pembayaran non tunai shopee tentunya dengan cara yang mudah dalam menggunakannya. Mahasiswa merupakan komponen dari masyarakat yang memberikan pengaruh besar dalam hal perekonomian. Sehingga mahasiswa dituntut agar mandiri serta bertanggungjawab dalam mengelola keuangan. Adanya kemudahan dan manfaat yang didapatkan dari sistem pembayaran non tunai shopee juga dapat menjadikan seseorang menjadi berperilaku konsumtif.

⁴ Nastiti Ninda Lintangari, "Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan di Indonesia," *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1 (2018).

⁵ Aulia Puspa Girani dan Susanti, "Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan E-Money," *Surabaya, Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 2018.

B. Latar Belakang

Salah satu elemen penting dari sebuah sistem perekonomian terdapat pada sistem pembayaran, fokusnya untuk menjamin jalannya transaksi pembayaran yang dilakukan oleh masyarakat ataupun dunia usaha.⁶ Sistem pembayaran turut berperan penting mendukung stabilitas sistem keuangan serta pelaksanaan kebijakan moneter. Bank Indonesia melakukan beberapa contoh kebijakan yang fokus pada peningkatan keamanan, efisiensi, serta memperhatikan perlindungan terhadap konsumen. Berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini dimana uang kertas menjadi pemegang peran penting, terlebih untuk transaksi dengan nilai yang kecil serta volume penggunaan yang cukup tinggi tetapi terdapat kendala pada efisiensi biaya pengadaan juga pengelolanya, termasuk proses penyimpanan juga pendistribusiannya yang cukup besar, beresiko mudah hilang, dicuri ataupun dipalsukan.⁷ Untuk itu, bank-bank sentral di seluruh dunia termasuk di Indonesia saat ini mendorong penggunaan instrumen pembayaran non-tunai, selain relatif aman, juga dapat mendorong efektivitas dan efisiensi sistem pembayaran karena transaksinya yang lebih murah, mudah, cepat sehingga dapat meningkatkan mobilisasi perekonomian mulai dari tingkat regional ataupun internasional.

Sistem pembayaran non-tunai adalah cara menyelesaikan transaksi pembayaran menggunakan kartu atau aplikasi berbasis pembayaran elektronik tanpa menggunakan uang secara langsung.⁸ Banyak masyarakat, terutama kaum milenial, menyukai transaksi non-tunai karena dianggap praktis, efisien, mudah, serta mengandung promo dan keuntungan tertentu. Bank Indonesia sebagai bank sentral melakukan pendekatan dengan menyiapkan persepsi serta

⁶ Girani.

⁷ Tim Penyusun, *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial* (Jakarta: Puslitbang Aptika dan IKP Kominfo, 2019).

⁸ "Pengaruh Transaksi Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Terhadap Variabel Makroekonomi," *Ilmu Ekonomi*, 3 (2017).

adaptasi kepada masyarakat untuk menjalankan implementasi layanan keuangan berbasis digital dengan Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) yang didasarkan atas perkembangan uang dengan fungsinya untuk menyelesaikan transaksi dari bermacam aktivitas yang dijalankan para pelaku ekonomi, baik yang sudah ataupun belum terlibat untuk menggunakan akses perbankan. Dimulai dengan melakukan riset, menciptakan, mengenalkan juga mengkomunikasikan kepada masyarakat dimulai dari tingkat regional sehingga output yang diterima dapat dikaji secara nasional. Langkah awal dalam penerapan kampanye GNNT ini adalah dengan cara elektronifikasi pengaplikasian *E-ticket* pada PT. Kereta Api Indonesia di *commuterline* Jabodetabek yang dalam sistemnya menggunakan sistem tersebut uang tiket hasil penjualan masuk dalam rekening. Untuk skala yang lebih luas, pemanfaatan transaksi non-tunai mulai digunakan dalam penyaluran dana bantuan sosial. Percobaan awal telah diterapkan dalam penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) melalui uang elektronik dengan menggunakan dua bank BUMN di Indonesia yaitu PT. Bank Mandiri Tbk serta PT. Bank Rakyat Indonesia yang dikoordinasikan melalui Kementerian Sosial pada 8 Oktober 2014 beberapa bulan setelah diresmikannya GNNT.⁹ Laporan e-Conomy SEA 2022 adalah hasil kerja sama antara Google, Temasek, dan Bain & Co. yang merilis data tentang pertumbuhan ekonomi digital di Asia Tenggara. Laporan ini menggambarkan pertumbuhan sektor-sektor penting, termasuk e-commerce, transportasi dan pesan antar makanan, media digital, layanan perjalanan online, layanan keuangan digital, dan pendanaan swasta. Data dalam laporan tersebut memberikan gambaran tentang potensi dan dinamika ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara. Pertumbuhan transaksi pembayaran non tunai di Indonesia setiap tahunnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

⁹ Syahidah, "Pengaruh Presepsi Kemudahan dan Presepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money yang Dimoderasi Dengan Kepercayaan."



Gambar 1.1
Perkembangan Jumlah Transaksi Pembayaran Non Tunai

Sumber: <https://katabooks.katadata.co.id>

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa jumlah transaksi pembayaran non tunai di Indonesia mengalami kenaikan dari tahun ke tahunnya diperkirakan akan mencapai 266 miliar USD pada 2022, naik 13% dari tahun lalu dalam nilai transaksi bruto (Gross Transaction Value). Bahkan pada 2025 diprediksi tumbuh 17% menjadi 421 miliar USD. Pembayaran non-tunai ini termasuk pemakaian kartu kredit, kartu debit, kartu prabayar, dompet elektronik, dan transfer antar-rekening. Dengan beralih melalui pembayaran non-tunai saat ini untuk segala macam keperluan transaksi, baik transaksi dengan nominal kecil hingga besar telah dilakukan dengan mudah dan praktis, sehingga setiap transaksi dapat dimonitor dengan baik. Terlebih saat ini dengan bersaingnya para penerbit uang elektronik, jasa *start up* ataupun *marketplace*.¹⁰ Salah satu

¹⁰ Andhini, "Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen pada E-commerce," Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 6 (2017): 1–22.

marketplace yang saat ini banyak diminaiti oleh kalangan milenial adalah Shopee.co.id. shopee adalah *platform* perdagangan elektronik yang diluncurkan pada tahun 2015 dibawah naungan SEA Group yang berkantor pusat di Singapura. Sampai saat ini Shopee sudah memperluas jangkauannya sampai ke Malaysia, Taiwan, Thailand, hingga Indonesia. Menurut survei *iprice* yang berjudul persaingan *e-commerce* yang sering dikunjungi oleh responden. Survei dilakukan dari 2018 sampai 2021 menghasilkan sebagai berikut:

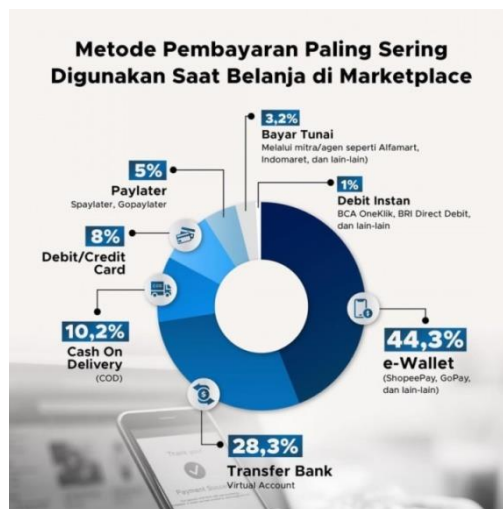
Tabel 1.1
Persaingan *E-commerce* di Indonesia
Berdasarkan Jumlah Kunjungan Tahun 2018-2021

<i>E-commerce</i>	2018	2019	2020	2021
Shopee	67.677.900	294.638.600	390.826.700	127.400.000
Tokopedia	168.000.000	411.468.800	355.556.000	135.076.700
Lazada	58.288.400	158.043.900	91.377.400	30.516.700
Bukalapak	116.000.000	287.159.800	142.913.700	34.170.000
Bli-bli	43.097.200	119.308.500	77.015.600	19.590.000

Sumber : <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>

Dari data tabel 1.1 memperlihatkan bahwa *Marketplace* Shopee berkembang cukupt pesat dan tidak mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai 2020 hal ini dipertegas dengan berita yang diterbitkan Indotelko.com menyebutkan Shopee telah mengalami pertumbuhan pesat selama kuartal ketiga tahun 2018, dengan peningkatan *GMV* (*Gross Merchandise Value*) 152,7% dibandingkan tahun sebelumnya di kuartal yang sama. Shopee juga memperkuat posisinya sebagai situs belanja *online* pilihan pengguna di kawasan Asia Tenggara dan Taiwan, dengan pertumbuhan

jumlah pengguna sekitar 150% dibandingkan dengan kuartal ketiga tahun 2017. *Marketplace Shopee* juga pada tahun 2020 juga menjadi e-commerce posisi pertama dalam persaingan hal ini semakin mengukuhkan *Shopee* sebagai *Marketplace* muda nomor satu di Indonesia.¹¹ *Shopee* mendukung total 13 pilihan pembayaran yaitu *ShopeePay*, *SpayLater*, *COD* (Bayar di Tempat), *Transfer bank* (*Dicek Otomatis*)/*Virtual Account*, *kartu Kredit/Debit*, *cicilan Kartu Kredit*, *BRI Direct Debit*, *Oneklik*, *Mitra Shopee*, *Agen BRILink*, *BNI Agen46*, *Alfamart*, *Indomaret*, dan *Akulaku Paylater*.



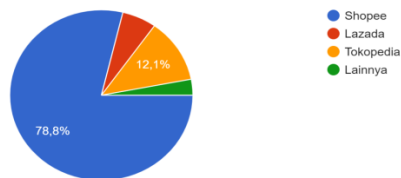
Gambar 1.2
Presentase metode pembayaran yang paling sering digunakan di *Marketplace*

Sumber : <https://goodstats.co.id>

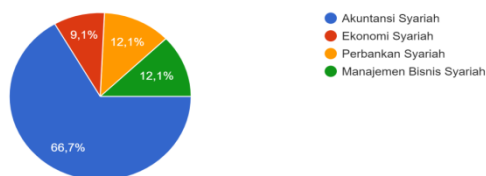
Saat kita berbelanja di *marketplace*, jenis metode pembayaran yang sering digunakan adalah jenis pembayaran non tunai seperti *e-wallet* seperti *Shopeepay*, *Gopay*, dan lainnya yaitu sebanyak 44,3%. Sedangkan metode pembayaran

¹¹ Hilda Nurul Aeni, *Pengaruh Harga, Promosi dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto)* (Purwokerto: FEBI IAIN Purwokerto, 2021).

yang sering digunakan selain *e-wallet* adalah transfer bank (*virtual account*) yaitu sebanyak 28.3%. COD atau *Cash on Delivery* juga menjadi metode yang cukup banyak digunakan dengan presentase 10.2%. Jenis pembayaran tunai dan debit instan menjadi metode pembayaran paling jarang digunakan dengan presentase rendah masing-masing 3,2% dan 1%. Hal ini memperlihatkan transaksi pembayaran secara non tunai lebih besar dibandingkan dengan transaksi tunai. Aplikasi Shopee saat ini menjadi salah satu aplikasi belanja online favorit dikalangan mahasiswa. Dengan adanya layanan sistem pembayaran non tunai shopee juga dapat digunakan oleh semua kalangan masyarakat terlebih mahasiswa dimana seorang mahasiswa harus memiliki sikap terbuka terhadap teknologi baru yang sedang berkembang seperti *Finetech* ini.



Gambar 1.3
Hasil Preentase Prariset
Presentase Marketplace Yang Paling Banyak Digunakan
Mahasiswa FEBI



Gambar 1.4
Hasil Presentase Prariset

Presentase Pengguna Shopee Berdasarkan Jurusan

Berdasarkan survei yang telah dilakukan pada mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung saat ini presentase penggunaan E-Commerce berupa Shopee sebesar 78,8%, dan Tokopedia sebesar 12,1%. Dimana dalam penggunaan aplikasi Shopee berdasarkan jurusan didapat Akuntansi Syariah sebesar 66,7%, Ekonomi Syariah sebesar 9,1%, Perbankan Syariah sebesar 12,1%. Mahasiswa merupakan komponen dari masyarakat yang memberikan pengaruh besar dalam hal perekonomian karena setelah mengenyam pendidikan di perguruan tinggi, mereka nantinya akan memasuki dunia kerja.¹² Sehingga mahasiswa dituntut agar mandiri serta bertanggung jawab dalam mengelola keuangannya secara pribadi. Masalah keuangan yang dimiliki oleh setiap mahasiswa cukup kompleks hal ini karena sebagian besar mahasiswa memiliki sifat konsumtif namun belum memiliki pendapatan tetap serta cadangan dana yang dimiliki terbatas. Oleh karena itu seseorang harus mengerti dan memahami terkait cara pengelolaan keuangan, sehingga memiliki perencanaan keuangan di masa mendatang dan dapat menggunakan layanan keuangan dengan benar tanpa adanya sikap skeptisme terhadap layanan keuangan.¹³ Apabila seseorang memiliki kemampuan keuangan yang cukup baik untuk mendiskusikan masalah keuangannya serta membuat prioritas keuangan, maka dapat mempengaruhi individu dalam pengambilan keputusan keuangan pada masa mendatang dengan tepat.

Dalam penggunaan aplikasi shopee tidak lepas dari adanya persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Hal ini didukung oleh teori TAM yang memiliki variabel niat, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat di dalamnya.

¹² Susanti, "Pengaruh Locus of Control Internal dan Pendapatan Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa," *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4 (2014).

¹³ Girani, "Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan E-Money."

Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat seseorang untuk menggunakan suatu aplikasi. Jika seseorang merasa bahwa menggunakan aplikasi tersebut mudah dan praktis serta menyadari manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan aplikasi tersebut, maka kemungkinan besar mereka akan memiliki niat yang tinggi untuk menggunakannya. Selain itu, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan merupakan dua faktor utama yang dominan dalam mempengaruhi penerimaan dan adopsi suatu sistem teknologi, termasuk aplikasi. Persepsi manfaat berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa penggunaan aplikasi akan memberikan manfaat atau nilai tambah bagi mereka, seperti meningkatkan efisiensi, kenyamanan, atau keuntungan lainnya. Sementara itu, persepsi kemudahan mencakup pandangan pengguna tentang sejauh mana aplikasi tersebut mudah digunakan dan dipahami. Kedua faktor ini berperan penting dalam membentuk sikap dan niat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru, termasuk aplikasi. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat yang signifikan, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakan aplikasi tersebut secara aktif dan konsisten. Oleh karena itu, dalam pengembangan aplikasi, penting untuk memperhatikan kedua aspek ini guna meningkatkan minat dan adopsi oleh pengguna potensial. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami.¹⁴ Artinya seseorang yang beranggapan bahwa suatu teknologi mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakan dan memanfaatkannya. Sedangkan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh

¹⁴ Rieska Amalia Setiawan, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Persepsi Manfaat Sebagai Variabel Intervening* (Salatiga: FEBI IAIN Salatiga, 2018).

mana seorang individu meyakini bahwa suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya.¹⁵

Pada dasarnya *e-commerce* adalah salah satu bentuk jual beli, Jual Beli menurut bahasa yang artinya menukar kepemikiran barang dengan barang. Transaksi jual beli merupakan suatu aktifitas yang diperbolehkan dalam islam, baik Al-Quran, Hadist, maupun *Ijma* ulama. Adapun dasar jual beli adalah sebagai berikut.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Padahal Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (QS : Al-Baqarah 275)

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan saling rela diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS : An-Nisa: 29)

¹⁵ Fren Sayekti dan Pulasna Putarta, “Penerapan TAM dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah,” 3, 9 (Desember 2016): 197.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Falah¹⁶ dengan variabel independen persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko dengan variabel dependen minat menggunakan kembali *Shopeepay* di kota Malang saat pandemi Covid-19. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali *Shopeepay* di kota Malang saat pandemi Covid-19. Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali *Shopeepay* di kota Malang saat pandemi Covid-19. Persepsi resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali *Shopeepay* di kota Malang saat pandemi Covid-19. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Pratiwi Umaningsih¹⁷ pada tahun 2020 yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-money* disimpulkan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-money*, sedangkan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-money*. Penelitian yang dilakukan peneliti menambahkan variabel persepsi manfaat dalam variabel independen.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Nur¹⁸ dengan variabel independen yang digunakan persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dengan variabel dependen minat menggunakan *e-money* yang dimoderasi dengan

¹⁶ Muhamad Nuril Falah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali *Shopeepay* di Kota Malang Saat Pandemi Covid-19," *Universitas Brawijaya* 9 (2020).

¹⁷ Wahyu Pratiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-Money*," Yogyakarta, Fakultas Ekonomi Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta, 2020.

¹⁸ Syahidah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* yang Dimoderasi Dengan Kepercayaan."

kepercayaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Persepsi manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Penelitian yang dilakukan oleh Arum Wahyuni Purbohastuti pada tahun 2020 yang berjudul “Keputusan Pembelian Menggunakan Pembayaran *E-money Gopay* di Era Pandemi *Covid-19* menunjukkan bahwa faktor manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-money*. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-money*. Penelitian yang dilakukan oleh Heny Kurnianingsih dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-money* menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Adanya *gap research* pada penelitian sebelumnya mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap penggunaan *e-money* dimana masih ditemukan adanya variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh secara signifikan menjadi dasar dan motivasi peneliti untuk meneliti kembali variabel tersebut. Peneliti memilih mahasiswa pendidikan Akuntansi Syariah sebagai responden penelitian karena sebagai mahasiswa akuntansi telah mendapatkan pengetahuan keuangan yang cukup sehingga dapat membuat keputusan yang tepat dalam penggunaan *E-money*. Selain itu pada usia tersebut dapat dikatakan manusia paling aktif menggunakan teknologi informasi sehingga dapat lebih mudah memahami penggunaan *E-money*. Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa persepsi kemudahan, fitur layanan, dan manfaat memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Penggunaan Sistem**

Pembayaran Non Tunai Shopee (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah UIN Raden Intan Lampung).”

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Pengguna uang elektronik berbasis aplikasi yang makin meningkat disetiap tahunnya.
- b. Banyaknya pengguna *e-commerce* serta penggunaan metode pembayaran non tunai aplikasi shopee dikalangan mahasiswa Akuntansi Syariah UIN Raden Intan Lampung yang semakin banyak penggunanya.
- c. Adanya faktor kemudahan serta beragam manfaat dalam menggunakan sistem pembayaran e-wallet membuat masyarakat khususnya mahasiswa untuk melakukan transaksi secara digitalisasi.
- d. Dengan hadirnya *e-commerce* memungkingkan tingkat konsumsi Mahasiswa meningkat seiring dengan kemudahan dan manfaat yang didapatkan dari *e-commerce* terlebih kemudahan dalam melakukan pembayaran.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas yang berkaitan dengan judul : “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee. (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung), maka diperlukan batasan masalah yang akan menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Variabel yang diangkat pada penelitian ini terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel independen terdiri dari persepsi kemudahan, dan

persepsi manfaat sedangkan variabel dependennya adalah sistem pembayaran non tunai shopee.

- b. Peneliti hanya mengambil, data berdasarkan kuesioner yang disebar dan diisi kepada mahasiswa jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung,
- c. Peneliti menetapkan objek yang diteliti adalah mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Jurusan Akuntansi Syariah.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sistem pembayaran nontunai shopee?
2. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap sistem pembayaran nontunai shopee?
3. Apakah persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap sistem pembayaran nontunai shopee?
4. Bagaimanakah peparuh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap sistem pembayaran nontunai shopee dalam perspektif ekonomi islam

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh persepsi kemudahan terhadap sistem pembayaran non tunai shopee.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap sistem pembayaran non tunai shopee.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa persepsi kemudahan dan kemanfaatan terhadap sistem pembayaran non tunai shopee.
4. Untuk mengetahui perspektif ekonomi islam mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan kemanfaatan terhadap sistem pembayaran non tunai shopee.

F. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk penulis sendiri maupun orang lain, manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain:

1. Secara Teoritis

- a. Dapat menambah pengetahuan mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi maupun referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap sistem pembayaran non tunai shopee

2. Secara Praktis

- a. Bagi Mahasiswa Akuntansi Syariah UIN Raden Intan Lampung dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan lebih lanjut mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap sistem pembayaran nontunai shopeepay. Serta diharapkan mampu memberikan wawasan kepada mahasiswa mengenai sistem pembayaran Shopee dan pengaruhnya terhadap kemajuan sistem pembayaran non tunai.
- b. Bagi penulis dan pembaca, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta menjadi bukti empiris dan juga ilmu serta informasi tambahan yang dapat dijadikan referensi bagi peneliti lebih lanjut yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.
- c. Dapat menjadi masukan bagi penyedia jasa layanan Shopee untuk menjaga dan mengembangkan layanan secara kreatif, efektif, dan efisien guna merangsang

minat konsumen untuk bertransaksi nontunai melalui shopee di era saat ini.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berdasarkan hasil kajian sebelumnya dengan tinjauan pustaka, terdapat beberapa kajian yang berkaitan dengan Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee, yaitu :

1. Kajian yang dilakukan oleh Heny Kurianingsih pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Presepsi Manfaat, Presepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* di Jawa Tengah” disimpulkan bahwa minat penggunaan *e-money* akan semakin tinggi apabila masyarakat merasakan manfaat dari suatu produk yang digunakan. Minat penggunaan akan semakin tinggi apabila masyarakat merasakan kemudahan dari suatu produk yang digunakan. Minat penggunaan akan semakin tinggi apabila masyarakat mendapatkan fitur layanan dan kemudahan akses informasi dari suatu produk yang digunakan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk dan perusahaan penerbit maka semakin tinggi minat penggunaan *e-money*.

Persamaan : Variabel kemudahan dan manfaat

Perbedaan : Penelitian ini menggunakan variabel Y sistem pembayaran Shopeepay dan studi pada mahasiswa jurusan akuntansi

2. Kajian yang dilakukan oleh Falah pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Presepsi Kemudahan, Presepsi Kepercayaan, dan Presepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali *Shopeepay* di Kota Malang Saat Pandemi Covid-19” disimpulkan bahwa Presepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali *Shopeepay* di Kota Malang saat pandemi *Covid-19*. Presepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali *Shopeepay* di Kota Malang saat

pandemi *Covid-19*. Presepsi resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali *Shopeepay* di Kota Malang saat Pandemi *Covid-19*

Persamaan : Variabel kemudahan dan manfaat

Perbedaan : Penelitian ini menggunakan variabel Y sistem pembayaran *Shopeepay* dan studi pada mahasiswa jurusan akuntansi

3. Kajian yang dilakukan oleh Aulia Puspa Girani pada tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *E-Money*” disimpulkan bahwa Literasi keuangan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Sementara itu fitur layanan dan kemudahan penggunaan secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Sedangkan secara simultan literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan memberikan pengaruh positif secara signifikan terhadap penggunaan *e-money*.

Persamaan : Variabel manfaat

Perbedaan : Penelitian ini juga menambahkan variabel kemudahan serta variabel Y sistem pembayaran *shopeepay* dan studi pada mahasiswa jurusan akuntansi syariah

4. Kajian yang dilakukan oleh Wahyu Pratiwi Umaningsih pada tahun 2020 yang berjudul Pengaruh Presepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-Money* disimpulkan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-money*, sedangkan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-money*.

Persamaan : Variabel kemudahan

Perbedaan : Penelitian ini juga menambahkan variabel manfaat serta variabel Y sistem pembayaran *shopeepay* dan studi kasus pada mahasiswa jurusan akuntansi syariah.

5. Kajian yang dilakukan oleh Arum Wahyuni Purbohastuti pada tahun 2020 yang berjudul “Keputusan Pembelian Menggunakan Pembayaran *E-Money Gopay* di Era Pandemi *Covid-19*” disimpulkan bahwa Faktor manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-money*, semakin banyak manfaat dari menggunakan *Gopay* maka semakin tinggi keputusan pembayaran menggunakan *Gopay*. Faktor kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-money*. Faktor keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-money*, semakin aman dari menggunakan *Gopay* maka semakin tinggi keputusan pembayaran menggunakan *Gopay*.

Persamaan : Variabel manfaat

Perbedaan : Penelitian ini juga menambahkan variabel kemudahan serta variabel Y sistem pembayaran shopeepay dan studi pada mahasiswa jurusan akuntansi syariah

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini, maka perlu dipaparkan sistematika penulisan yang merupakan kerangka dan pedoman pada penulisan skripsi. Adapun dalam penelitian ini sistematika penulisan yang dijelaskan adalah Bab dan Sub Bab, meliputi

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat tentang pendahuluan yang berisikan sub-sub bab yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI dan PENGUJIAN HIPOTESIS

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang relevan dengan judul skripsi ini dan hipotesis yang menjadi jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian. Teori yang digunakan dalam skripsi ini yaitu terdiri atas

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis yang terdiri atas waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengumpulan data, sumber data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, uji validitas dan reabilitas data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Bab ini terdiri atas hasil dari penelitian yang dilakukan serta pembahasan mengenai hasil tersebut. Bab ini meliputi deskripsi data, dan pembahasan hasil penelitian dan analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan rekomendasi atas penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan berisi masalah yang akan diteliti serta hasil dari penyelesaian permasalahan tersebut. Sedangkan rekomendasi berisi anjuran yang ditunjukkan untuk peneliti selanjutnya

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Yang Digunakan

1. Teori Akuntansi Keperilakuan

Akuntansi keperilakuan adalah salah satu bidang akuntansi yang menghubungkan antara perilaku manusia dengan sistem informasi yang lingkungannya mencakup akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Akuntansi keperilakuan membahas bagaimana perilaku manusia memengaruhi informasi akuntansi dan keputusan-keputusan bisnis serta bagaimana informasi akuntansi tersebut memengaruhi perilaku manusia dan keputusan-keputusan bisnisnya.¹⁹

a. Lingkup Akuntansi Keperilakuan

Akuntansi keperilakuan merupakan dimensi akuntansi yang menyangkut perilaku manusia dan hubungannya dengan pendesainan, penyusunan, dan penggunaan sistem informasi akuntansi secara efisien dan efektif. Akuntansi keperilakuan menghubungkan hubungan antar perilaku manusia dan sistem akuntansi, merefleksikan dimensi sosial suatu organisasi, dan menjadi tambahan penting informasi keuangan yang dilaporkan oleh para akuntan. Lingkup akuntansi keperilakuan sangat luas, yaitu terdiri dari :

- 1) Aplikasi konsep-konsep ilmu keperilakuan pada desain dan penyusunan sistem akuntansi
- 2) Studi terhadap reaksi manusia terhadap format dan isi laporan keuangan
- 3) Cara-cara memproses informasi untuk pembuatan keputusan
- 4) Pengembangan teknik-teknik pelaporan untuk mengkomunikasikan informasi keperilakuan pada para penggunanya

¹⁹ Dr. Ratna Candra Sari, M.Si., CA., *Akuntansi Keperilakuan Teori dan Implikasi* (Yogyakarta: Andi, 2018), 1.

- 5) Pengembangan strategi untuk memotivasi dan memengaruhi perilaku, aspirasi, dan tujuan manusia yang mengelola organisasi.²⁰

b. Tugas Akuntansi Keprilakuan

Adalah menyelidiki bagaimana perilaku manusia (saat ini) dan bagaimana mereka melihat pekerjaannya, perusahaannya, dan rekan-rekan kerjanya. Informasi mengenai kerpilakuan yang diperoleh dari pelaksanaan tugas akuntan keprilakuan ini kemudian disampaikan kepada para pengguna informasi keprilakuan untuk membuat penilaiannya mengenai bagaimana manusia cenderung berperilaku di masa depan dan bagaimana pola perilaku tersebut akan memengaruhi potensi laba relatif masing-masing perusahaan di masa depan. Untuk tujuan internal, akuntansi keprilakuan tidak hanya menyediakan informasi bagi manajemen mengenai bagaimana berperilaku, tetapi juga alasan-alasan mengapa orang berperilaku seperti yang mereka lakukan dan membuat rekomendasi agar perilaku yang difungsional dapat berubah.

c. Tujuan Akuntansi Keprilakuan

Adalah untuk mengukur dan mengevaluasi faktor-faktor keprilakuan yang relevan dan mengkomunikasikan informasi mengenai hasil-hasilnya kepada para pembuat keputusan internal dan eksternal sehingga dapat melengkapi informasi relevan yang disajikan dalam laporan keuangan. Jadi, informasi dimensi keprilakuan organisasi untuk melengkapi informasi keuangan dan menyediakan informasi bagi pembuat keputusan agar memiliki wawasan yang lebih baik. Tanpa informasi akuntansi

²⁰ R.A. Supriyono, *Akuntansi Keprilakuan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018).

keprilakuan mengakibatkan informasi akuntansi tidak lengkap dan para pembuat keputusan tidak memperoleh informasi relevan penting yang diperlukannya.

d. Peran Akuntansi Keprilakuan

Peran akuntansi keprilakuan adalah untuk memperluas peran akuntansi tradisional dalam memberikan informasi relevan untuk pembuatan keputusan. Agar mutu keputusan yang dibuat oleh para pembuat keputusan berhasil baik, mereka perlu menggunakan laporan-laporan untuk memperoleh informasi relevan sebanyak mungkin. Informasi relevan ini disajikan oleh para akuntan tradisional melalui laporan-laporan yang disajikannya yang disusun berdasarkan prinsip akuntansi yang berterima umum (PABU). Salah satu unsur PABU adalah pengungkapan penuh (*full disclosure*). Prinsip pengungkapan penuh tidak hanya membutuhkan penjelasan tambahan dan tambahan pelaporan non keuangan nonorganisasi yang tambah terperinci, tetapi juga pelaporan dan penjelasan peristiwa-peristiwa penting non keuangan organisasi. Informasi tambahan ini dapat dilaporkan dalam kerangka laporan keuangan atau dalam catatan-catatan atas laporan keuangan.

2. Theory of Acceptance Model (TAM)

Menurut Jogiyanto²¹ model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan suatu model penerimaan suatu sistem teknologi informasi yang digunakan oleh pemakai. Teori ini dikenalkan oleh Davis.²² Teori ini dikembangkan

²¹ Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman* (Jakarta: BPFE, 2007).

²² Davis D Fred, *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End - User Information Systems* (Cambridge: MA, 1986).

adaptasi dari *Theory Reasoned Action* atau TRA yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen.²³ TAM adalah suatu teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umum digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan teknologi informasi itu sendiri. TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA.

Dua konstruk tersebut adalah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Model TAM menunjukkan bahwa ketika pengguna disajikan dengan teknologi baru, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan adalah dua faktor yang memengaruhi keputusan tentang bagaimana dan kapan mereka akan menggunakan teknologi baru. TAM mendefinisikan dua persepsi dari pemakai teknologi yang memiliki suatu dampak pada penerimaan mereka. TAM menekankan persepsi pemakai tentang “bagaimana kegunaan sistem untuk saya” dan “semudah apakah sistem itu digunakan”.

Kegunaan dan kemudahan adalah dua faktor kuat yang memengaruhi penerimaan atas teknologi dan merupakan determinan fundamental dalam penerimaan pemakai. Para pakar ahli meyakini bahwa untuk membuat suatu teknologi bisa diterima dengan baik oleh konsumen untuk mau mengadopsi suatu teknologi tersebut, maka teknologi tersebut harus memenuhi syarat model penerimaan teknologi.²⁴ TAM memberikan kerangka

²³ Ajzen I, *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior* (Prentice-Hall: NJ, 1980).

²⁴ A Seetharaman, “Factors Influencing Behavioural Intention to Use The Mobile Wallet in Singapore,” *Journal of Applied Economics & Business Research*, 7 (2017).

dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna kerangka TAM memiliki enam variabel penting dalam model ini yang dapat membantu menjelaskan diterimanya sebuah sistem teknologi baru dalam masyarakat, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, sikap terhadap penggunaan, minat menggunakan dan penggunaan sistem aktual

3. Teknologi Finansial

Bank Indonesia mengeluarkan PBI No.19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial yang mendefinisikan *fintech* sebagai penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Pada peraturan yang sama dijelaskan bahwa seiring berkembangnya *fintech* akan bermanfaat bagi konsumen, pelaku usaha, dan perekonomian nasional. Namun adapun potensi risiko yang dapat mengganggu sistem keuangan apabila tidak dapat dimitigasi secara baik sehingga Bank Indonesia mendorong inovasi keuangan dengan menerapkan prinsip perlindungan konsumen.²⁵

Melalui kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan perusahaan maka akan terbentuk suatu ekosistem *fintech* yang diharapkan dapat membentuk nilai serta jaringan nilai berdasarkan kebutuhan dan tujuan pengguna. Lebih lanjut, ekosistem ini memiliki peran penting untuk memelihara inovasi teknologi dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan menjadikan

²⁵ Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology It Is An Emerging Industry That Uses Technology To Improve Activities In Finance* (Bogor: PT. Filda Fikrindo, 2020).

kondisi pasar dan sistem keuangan lebih efisien. Adapun lima elemen *fintech* sebagai berikut :

- a. Teknologi finansial *startup* (seperti pembayaran, manajemen kekayaan, pinjaman, *crowdfunding*, pasar modal, dan perusahaan teknologi asuransi)
- b. Pengembangan teknologi (seperti analitik *big data*, komputasi awan, mata uang kripto, dan pengembangan media sosial)
- c. Pemerintah (seperti pengatur dan badan legislatif keuangan)
- d. Konsumen finansial (seperti individu dan organisasi)
- e. Institusi keuangan tradisional (seperti bank tradisional, perusahaan asuransi, perusahaan pialang saham, dan pemodal ventura)

4. Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakan. Konsep persepsi kemudahan penggunaan ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna. Kemudahan menggunakan metode pembayaran non tunai yang telah disediakan oleh shopee mudah untuk dipahami dan mudah digunakan sehingga akan mengurangi usaha pengguna untuk mempelajari bagaimana cara berinteraksi menggunakan metode pembayaran non tunai shopee. Pengguna aplikasi shopee cenderung mengadopsi karena

merasa penggunaan sistem pembayaran non tunai shopee tersebut mudah digunakan.²⁶

Kemudahan mempunyai makna tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Dengan demikian, persepsi kemudahan penggunaan ini merujuk pada kepercayaan individu bahwa setiap sistem ini membantu dan tidak memerlukan upaya serta biaya yang besar dalam penggunaannya. Persepsi kemudahan penggunaan pada pembayaran non tunai shopee ini dimaksudkan agar pengguna atau konsumen dapat menggunakan layanan pembayaran shopee dengan mudah dipahami serta tidak membutuhkan waktu dan biaya besar. Dengan adanya hal tersebut, sehingga pengguna atau konsumen dapat dengan baik dan senang melakukan transaksi dalam layanan pembayaran non tunai shopee tentunya dengan cara yang mudah dalam menggunakannya. Menurut Davis (1989), dalam Jogiyanto (2007)²⁷ memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi meliputi :

- a. *Easy to Learn* (Sistem mudah dipelajari penggunaannya).
- b. *Controllable* (Sistem mudah dijalankan).
- c. *Clear and Understandable* (Sistem jelas dan mudah dimengerti).
- d. *Flexible* (Fleksibel)
- e. *Easy to Become Skillful* (Mudah dan menjadi terampil menggunakan)
- f. *Easy to Use* (Mudah digunakan)

²⁶ Adinda Niken Saraswati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dikalangan Generasi Milenial," Skripsi, 2021.

²⁷ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Penerbit Andi, Yogyakarta).

Venkatesh dan David dalam Rahmad, Astuti, dan Riyadi²⁸ membagi dimensi kemudahan sebagai berikut:

- a. Interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*)
- c. Sistem yang mudah digunakan (*easy to use*)
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang individu ingin kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*)

Intensitas dari penggunaan dan interaksi pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan suatu kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan dapat menunjukkan bahwa suatu sistem tersebut lebih dikenal dan juga lebih mudah digunakan. Kemudahan dalam penggunaan *e-money* memiliki arti bahwa penerbit *e-money* memberikan aplikasi dan sistem pembayaran yang dapat dengan mudah dimengerti dan dipelajari oleh penggunanya, serta pengguna dapat melakukan transaksi sesuai dengan keinginan pengguna.

Seperti yang sudah dijelaskan pada penelitian yang dilakukan oleh Dwi Marchelina dan Raisa Pratiwi, yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Pernyataan teoritik dari Jogiyanto (2009) menyatakan persepsi kemudahan pengguna didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa

²⁸ Venkatesh Viswanath, "A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*, 46 (2000).

percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakan.²⁹

5. Persepsi Kemanfaatan

Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007)³⁰ mendefinisikan persepsi kemanfaatan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya.

Menurut Gefen et al. (2003)³¹ dalam Priyono (2017) mengungkapkan bahwa persepsi kemanfaatan menunjukkan penilaian subjektif dari manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi untuk mempermudah mendapatkan jasa yang diinginkannya. Penilaian positif terhadap faktor persepsi kemanfaatan dianggap akan menggerakkan minat pengguna dalam menggunakan teknologi.³² Jika seseorang meyakini bahwa sistem mampu memberikan atau sistem yang digunakan berguna maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Konsep manfaat dari sistem yang digunakan adalah berkaitan dengan produktivitas, kinerja dalam mengerjakan tugas,

²⁹ Saraswati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dikalangan Generasi Milenial."

³⁰ *Sistem Informasi Keperilakuan.*

³¹ Gefen, Karahanna, dan Straub, "Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model," t.t.

³² Anjar Priyono, "Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay," *Jurnal Siasat Bisnis*, 21 (2017).

efektivitas, pentingnya bagi pekerjaan serta kebermanfaatan secara elektronik.³³

Vankatesh dan Davis (2000) dalam Oentario et al (2017)³⁴ membagi dimensi persepsi kemanfaatan menjadi berikut:

- a. *Improves job performance* (penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu)
- b. *Increases productivity* (penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu)
- c. *Increases effectiveness* (penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu)
- d. *The system is useful* (penggunaan sistem bermanfaat bagi individu)

Menurut Davis (1989)³⁵ dalam Jogiyanto (2007) membagi konstruk untuk pengukuran persepsi kemanfaatan menjadi 6, antara lain:³⁶

- a. *Work More Quickly* (mempercepat pekerjaan) sistem informasi menjadikan pekerjaan yang dilakukan oleh pengguna dapat dikerjakan lebih cepat.
- b. *Job Performance* (meningkatkan kinerja pekerjaan) sistem informasi dapat meningkatkan kinerja pekerjaan pengguna
- c. *Increase Productivity* (meningkatkan produktivitas) sistem informasi dimanapun dan kapanpun dapat meningkatkan produktifitas pengguna

³³ Isti Hanum Pratiwi, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kualitas Layanan Website, dan Resiko Terhadap Adopsi Internet Banking CIMB Niaga Di Surabaya," *Surabaya*, STIE Perbanas Surabaya, 2017.

³⁴ Oentario, Harianto, dan Irawati, "Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Onlinepatisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial di Surabaya," t.t.

³⁵ Davis F.D, *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use and User Acceptance of Information Technology* (MIS Quarterly, 1989).

³⁶ *Sistem Informasi Keperilakuan*.

- d. *Effectiveness* (efektifitas) pengguna sistem informasi dapat meningkatkan keefektifan dalam pekerjaan
- e. *Makes Job Easier* (mempermudah pekerjaan) sistem informasi memberikan kemudahan dalam pekerjaan sehingga lebih efisien
- f. *Useful* (bermanfaat) sistem informasi dapat memberikan kebermanfaatan yang mendukung pekerjaan

Presepsi kemanfaatan dapat diukur dari beberapa faktor sebagai berikut:

- a. Kegunaan, meliputi beberapa ukuran yaitu menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, dan dapat menambah produktivitas
- b. Efektivitas, meliputi beberapa dimensi ukuran yaitu dapat mempertinggi efektivitas serta dapat mengembangkan kinerja pekerjaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka secara sederhana persepsi kemanfaatan adalah keyakinan pengguna sistem informasi mengenai manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna. Indikator persepsi kemanfaatan yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang diungkapkan oleh Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007) yaitu mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja pekerjaan, meningkatkan produktivitas, mempermudah pekerjaan, dan bermanfaat.

6. Sistem Pembayaran Non Tunai

a. Pengertian pembayaran non tunai

Pembayaran non tunai yaitu pembayaran yang dilakukan tanpa menggunakan uang yang beredar melainkan menggunakan kartu atau aplikasi. Jika penerbitan uang tunai yang sah hanya dapat dilakukan oleh pemerintah, maka instrumen pembayaran non tunai dilakukan oleh lembaga keuangan yang telah

memiliki ijin sebagai penerbit oleh Bank Indonesia. Hal ini berefek positif terhadap keuangan negara karena dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan dalam mencetak uang tunai. Selain itu, penggunaan pembayaran non tunai dapat memudahkan pemerintah dalam mengevaluasi dan mengendalikan uang yang beredar sehingga dapat meminimalisir terjadinya inflasi dalam perekonomian.

Sistem pembayaran non tunai melibatkan lembaga perantara agar dana tersebut dapat benar-benar efektif berpindah dari pihak yang menyerahkan ke pihak penerima. Jika kedua pihak yang terlibat merupakan nasabah pada bank yang sama, maka proses perpindahan dana lebih sederhana, dimana bank tersebut cukup melakukan proses pemindahkuan dari rekening yang satu ke rekening lainnya. Namun tidak demikian halnya jika kedua pihak merupakan nasabah bank pada bank yang berbeda, sehingga untuk ini diperlukan suatu lembaga lain yang dikenal sebagai lembaga kliring untuk mengakomodir transaksi antar bank tersebut. Saat ini, bank-bank sentral di dunia mendorong penggunaan instrumen pembayaran non tunai. Pembayaran non tunai dinilai lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan sistem pembayaran.³⁷ Sistem pembayaran non tunai berupa mekanisme pembayaran dengan menggunakan jaringan internet dan jaringan komputer.

Instrumen pembayaran non tunai bisa dikelompokkan dalam dua kategori yaitu alat pembayaran untuk kredit transfer dan alat pembayaran untuk debit transfer. Perintah pengiriman uang merupakan landasan yang menjadi berbedanya kedua alat pembayaran ini. Dalam kredit transfer,

³⁷ Lintangari, "Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan di Indonesia."

perintah pembayaran bertujuan agar dilakukan penempatan dana oleh pengirim pada penerima, sedangkan pembuatan perintah pembayaran oleh pihak pemilik dan pada akun lain disebut debet transfer, ada dua instrumen dalam pembayaran non tunai yaitu:

1) Alat pembayaran menggunakan kartu (APMK)

Alat pembayaran menggunakan kartu terdapat dua jenis yaitu:

a) Kartu Debet/ATM

Saat ini perkembangan kartu ATM terjadi sangat pesat, baik dalam segi pemakaian, kemudahan dan manfaat yang ditawarkan.³⁸ Beberapa manfaat kartu ATM adalah dapat digunakan untuk pengambilan dan penyetoran uang tunai di mesin ATM, pengiriman uang (*transfer*) antar rekening di bank yang sama ataupun pada bank lainnya, pembayaran kartu kredit, listrik, telepon air, serta pajak, pembelian pulsa prabayar, dan fasilitas kartu debit untuk transaksi pembelian barang.

b) Kartu Kredit

Kartu kredit merupakan jenis APMK yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu aktivitas ekonomi.³⁹ Definisi kartu kredit menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 14 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu

³⁸ Ramdani dan Laila, "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa.," *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 8 (2012).

³⁹ Dewi Handayani dan Munte, "Analisis Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.," *Medan*, Universitas Sumatra Utara, 2017.

(APMK) Adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari status kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan pembelanjaan dan/atau untuk melakukan penarikan tunai, dimana kewajiban pembayaran pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh penerbit, dan pemegang kartu berkewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu yang disepakati baik dengan pelunasan secara langsung (*charge card*) ataupun dengan pembayaran secara angsuran.

2) Uang Elektronik (*E-Money*)

Uang elektronik adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik.⁴⁰ Dengan adanya uang elektronik dalam sistem pembayaran di Indonesia, dapat mengoptimalkan daya beli masyarakat dan berpengaruh pada peningkatan perekonomian negara. Walaupun masih dalam tahap pengembangan, kelebihan dan manfaat yang ditawarkan oleh *e-money* jika dibandingkan alat pembayaran menggunakan kartu. Untuk saat ini, penggunaan *e-money* masih terbatas pada transaksi dengan nominal yang masih kecil. Terdapat dua jenis *e-money* yaitu berbasis aplikasi (*server based*) dan berbasis kartu (*card based*).

Regulasi mengenai uang elektronik telah dikeluarkan oleh Bank Indonesia melalui Peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Bila diperhatikan dari sisi perizinan, penyelenggaraan uang elektronik

⁴⁰ Hidayati, Siti Ida Nuryanti, dan Agus Firmansyah, "Operasional E-Money," Jakarta, Bank Indonesia, 2006.

ditorisasi dan dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Dimana sampai dengan tahun 2019, telah ada 39 penyelenggara uang elektronik yang memperoleh izin dari Bank Indonesia. Beberapa penyedia layanan uang elektronik, secara umum sudah banyak digunakan masyarakat karena menjadi alat bayar pada transportasi umum (kereta komuter, transjakarta, dan pembayaran tol) diantaranya adalah Mandiri e-money, Flazz BCA, dan Brizzi Bank BRI serta LinkAja dari PT. Fintek Karya Nusantara yang merupakan perusahaan abungan bank-bank BUMN seperti Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI, dan Bank BTN.

b. Pandangan Islam Tentang Pembayaran Non Tunai

Pembayaran non tunai atau bertransaksi menggunakan e-money pada dasarnya sama hukumnya seperti menggunakan uang kertas biasa karena keduanya memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai alat pembayaran atas transaksi jual beli barang atau jasa yang dilakukan oleh para konsumen dalam maksud pemenuhan akan kebutuhannya. Menurut prepektif syariah, hukum atas penerapan tunai e-money adalah halal.⁴¹ Kehalalan ini berlandaskan kaidah; “setiap transaksi dalam muamalah pada dasarnya diperbolehkan kecuali jika ada dalil yang jelas mengharamkannya”, maka dari itu setiap chip atau server e-money yang dikeluarkan haruslah memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah agar penggunaan tidak menjadi haram. Faktor lain yang mendukung halalnya non tunai e-money adalah tuntutan akan kebutuhan

⁴¹ Iin Eny Prastiwi dan Tira Nur Fitriana, “Konsep PayLater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7 (2021).

manusia akan pembayaran non tunai e-money itu sendiri, dan ditambah pertimbangan banyaknya kemaslahatan yang ada didalamnya, sehingga menjadikan non tunai e-money sah digunakan baik secara agama maupun dalam pengaturan negara. (Fatwa DSN-MUI No.54/DSN-MUI/X/2006)⁴²

Lebih lanjut dalam penjelasan dan peraturan Bank Indonesia No.7/46/PBI/2005, tentang akad penghimpunan dan penyaluran dana yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip syariah, pasal 2 ayat 3 menjelaskan bahwa prinsip transaksi dalam Islam adalah:

1) Tidak Mengandung Maysir

Maysir adalah transaksi yang mengandung unsur perjudian, untung-untungan atau spekulasi yang tinggi.

2) Tidak Menimbulkan Riba

Riba adalah transaksi dengan pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual-beli maupun pinjam-meminjam dan pengalihan harta secara batil atau bertentangan dengan ajaran Islam. Pertukaran antara nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik harus sama jumlahnya (tamatsul) baik kualitas maupun kuantitasnya, jika jumlahnya tidak sama, maka tergolong kedalam bentuk riba al-fadl, yaitu tambahan suatu dua barang yang diperlukan dalam pertukaran barang ribawi yang sejenis. Maka dari itu tidak diperbolehkan melakukan pertukaran nilai uang tunai yang lebih kecil atau lebih besar dari nilai e-money, penerbit juga tidak boleh memberikan potongan harga atas penjualan uang elektronik karena kelebihan dalam pembayaran oleh pemegang kartu e-money dan potongan harga

⁴² Annisa Dwi Kurniawati, "Transaksi E-commerce Dalam Prespektif Islam," El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business, 2 (2019): 90–113.

oleh penerbit tersebut termasuk kedalam sistem ribawi yaitu riba al-fadl

- 3) Tidak Mendorong Israf (Pengeluaran yang Berlebihan)

Uang elektronik pada dasarnya digunakan sebagai alat pembayaran ritail/mikro, agar terhindar dari israf dalam kegiatan ekonomi sehingga menjadikan penggunaan menjadi konsumtif.

- 4) Tidak Digunakan Untuk Transaksi Objek Haram dan Maksiat

Uang elektronik tidak boleh digunakan untuk pembayaran transaksi objek haram dan maksiat, yaitu barang atau fasilitas yang dilarang dimanfaatkan dan digunakan menurut peraturan dalam bertransaksi sesuai dengan syariat Islam, (Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No.28/DSN-MUI/II/2002 Pasal 2 ayat 3). Dalam peraturan Bank Indonesia No.7/46/PBI/2005 menyebutkan bahwa uang elektronik tidak boleh digunakan untuk pembayaran transaksi objek yang haram dan mengandung unsur maksiat, yaitu barang atau fasilitas yang dilarang dimanfaatkan atau digunakan dalam hukum islam. Peraturan ini merujuk kembali kepada fungsi uang elektronik yang pada dasarnya digunakan sebagai alat pembayaran ritail/mikro, agar terhindar dari israf (pengeluaran yang berlebihan) dalam berkonsumsi, sehingga dilakukan pembatasan jumlah nilai uang elektronik serta batas paling banyak total nilai uang transaksi elektronik.⁴³

⁴³ Ardiana Hidayah, "Jual Beli E-Commerce Dalam Prespektif Hukum Islam," Solusi, 17 (2019): 84–93.

c. Indikator sistem pembayaran

1) Regulator

Berwenang untuk mengatur kebijakan seluruh komponen sistem pembayaran. Ada empat regulator keuangan di Indonesia yaitu Kementerian Keuangan, Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, dan Lembaga Penjamin Simpanan.

2) Penyelenggara

Indonesia memiliki beberapa lembaga penyelenggara yang menjalankan sistem pembayaran. Diantaranya adalah Bank Indonesia, dan Penyelenggara Kriling Alat Pembayaran Menggunakan Kartu.

3) Infrastruktur

Infrastruktur yang ada pada sistem pembayaran adalah berupa sarana dan prasarana fisik atau berwujud. Peran dari infrastruktur adalah mendukung proses operasional *payment system*

4) Alat Pembayaran

Ada berbagai alat pembayaran yang tersedia di Indonesia saat ini. Contohnya seperti uang tunai berbentuk logam atau kertas, serta uang elektronik dan digital.

5) Pengguna

Sebuah sistem pembayaran pastinya hadir untuk membantu konsumen yang memanfaatkan layanan dari lembaga penyelenggara.

6) Saluran Pembayaran

Kewajiban lembaga yang menjalankan sistem pembayaran adalah memiliki saluran pembayaran untuk mengirimkan dan dari satu pihak ke pihak lainnya. Beberapa saluran pembayaran umum digunakan di Indonesia adalah mesin ATM, *teller input*, kartu debit dan kredit, *internet banking*, *mobile banking*, dan *electronic data capturing (EDC)*.

7) Sistem Transfer Dana

Sistem pembayaran yang satu ini berupa sebuah sistem utuh berupa tata kerja dan peraturan yang membuat terjadinya pengiriman dana dari satu pihak ke pihak lainnya.

7. *E-Commerce*

a. **Pengertian *E-commerce***

E-commerce diartikan tidak hanya pembelian dan penjualan barang dan jasa, tetapi melakukan semua jenis bisnis online seperti memberi pelayanan ke pelanggan, bekerja sama dengan pebisnis lainnya, melakukan pembelajaran secara online, serta memanfaatkan transaksi online dalam suatu institusi.

E-commerce atau bisa disebut perdagangan elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya.⁴⁴

E-commerce secara sederhana bisa diartikan sebagai kegiatan alat transaksi jual beli secara elektronik. Kegiatan jual beli yang biasa terjadi identik dengan kegiatan jual beli secara konvensional, bedanya hanya saat terjadinya proses pembayaran dan penyampaian produk oleh penjual yang dilakukan secara elektronik (online via internet)⁴⁵

Dapat disimpulkan e-commerce adalah kegiatan jual beli yang dilakukan secara virtual atau tidak secara langsung melainkan melalui perantara

⁴⁴ Tumpal Manik, "Analisis Peranan Sistem Informasi Akuntansi Dalam E-Commerces Terhadap Pengendalian Bisnis Online," *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 1 (2018): 51–64.

⁴⁵ Nurhayati, Maschlihah, dan Arista Fauzia Kartika Sari, "Determinan Minat Perilaku Penggunaan SIA Berbasis E-commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016 dan 2017)," *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10 (2021): 1–23.

media elektronik baik melalui sosial media, maupun aplikasi penjualan online yang memudahkan transaksi antara si penjual dan pembeli.

b. Klasifikasi *E-Commerce*

Perdagangan (*e-commerce*) dibagi menjadi tiga yaitu:

- 1) *Traditional Commerce (Bricks-and-Mortar Organizations)*
- 2) *Pure E-Commerce (Virtual or Pure-Play Organizations)*
- 3) *Partial E-Commerce (Clicks-and-Mortar Organizations)*

Ada enam tipe dari *e-commerce*, yaitu:⁴⁶

- 1) *Business-to-consumer (B2C)*. Dalam B2C, penjual adalah sebuah organisasi (perusahaan) dan pembelinya adalah individu.
- 2) *Business-to-business (B2B)*. Dalam transaksi B2B, baik penjual maupun pembeli adalah *business organizations*.
- 3) *Consumer-to-consumer (C2C)*. Dalam C2C, seorang konsumen menjual barang-barang kepada konsumen yang lain. Contoh dari C2C ini adalah *e-Bay*.
- 4) *Business-to-employee (B2E)*. Dalam B2E, perusahaan menggunakan *e-commerce* secara internal untuk menyediakan informasi dan jasa bagi para pegawainya.
- 5) *E-Government*. *E-Government* adalah penggunaan IT secara umum dan *e-commerce* secara khusus untuk menyampaikan informasi dan jasa publik bagi penduduknya (*government-*

⁴⁶ "Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen pada E-commerce."

to- citizen atau *G2C e-commerce*) dan partner bisnis dan pemasok (*government-to-business* atau *G2B e-commerce*).

- 6) *Mobile Commerce (m-commerce)*. *M-commerce* adalah *m-commerce* yang menggunakan teknologi *wireless*. Contohnya, penggunaan handphone untuk berbelanja melalui internet.

c. Manfaat *E-commerce* Bagi Bisnis dan Konsumen

1) Manfaat *E-commerce* Bagi Bisnis

Dari sudut pandang bisnis, *e-commerce* memberikan banyak sekali manfaat bagi para pengusaha. Beberapa manfaat *e-commerce* dalam dunia bisnis diantaranya:

- a) Perusahaan-perusahaan dapat menjangkau pelanggan diseluruh dunia, oleh karena itu dengan memperluas bisnis mereka sama saja meningkatkan keuntungan
- b) *e-commerce* menawarkan pengurangan sejumlah biaya tambahan, sebuah perusahaan yang melakukan bisnis akan mengurangi biaya tambahan karena biaya tersebut tidak digunakan untuk gedung dan pelayanan pelanggan (*customer service*)
- c) Penyebaran informasi lebih mudah dan cepat
- d) Proses pembayaran menjadi lebih mudah dan cepat
- e) Kemudahan dalam aktivitas jualbeli
- f) Kemudahan dalam berkomunikasi dengan konsumen dan produsen

2) Manfaat *E-commerce* Bagi Konsumen

Manfaat *E-commerce* bagi konsumen adalah

- a) Memudahkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun dan hampir setiap

- lokasi dengan menggunakan fasilitas data seluler dan wi-fi
- b) Memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan.
 - c) Pengiriman menjadi sangat cepat
 - d) Bisa menerima informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
 - e) Memberi tempat bagi para pelanggan lain di *electronic community* dari bertukar pikiran serta pengalaman.
 - f) Memudahkan persaingan yang ada pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.

d. Macam-Macam Sistem Pembayaran di *E-commerce*

Didalam buku modul *e-commerce* dipaparkan beberapa macam sistem pembayaran yaitu

1) *Electronic Money*

Atau disebut juga dengan *Electronic Cash*, *Electronic Currency*, *Digital Money*, *Digital Cash*, atau *Digital Currency* adalah metode cicilan yang menggunakan perangkat keras sebagai medianya. *E-money* sebagai metode cicilan dimana nilai uang tunai disimpan di media elektronik. Cara kerja *e-money* adalah pengguna yang memiliki *e-money* dalam kelompok tertentu, misalnya Rp 100 ributerlebih dahulu mendaftarkan *e-money* di loket *cash broker* elektronik untuk ditetapkan. Selain itu, nilai uang tunai yang diisi ulang (diisi dan dicatat) di media elektronik, misalnya, kartu yang diberikan oleh bank, ponsel, atau kartu yang diisi sebelumnya.⁴⁷

⁴⁷ Leonardo Anthony dan Hendi Sama, "Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee Dn Fintech Shopeepay Bagi

2) *Credit Card*

Kartu kredit adalah suatu alat sebagai kartu yang diberikan oleh suatu lembaga keuangan dan dapat digunakan sebagai suatu cara angsuran untuk pertukaran perolehan jasa dan produk-produk, yang angsurannya dapat dilakukan oleh pembeli tanpa penundaan sesaat atau sebagian. Pada jangka waktu tertentu setelah kartu digunakan sebagai metode cicilan. Dengan memiliki kartu kredit, seseorang dapat memperoleh jasa dan produk di tempat-tempat khusus yang membantu perusahaan kartu kredit tanpa menggunakan uang tunai.⁴⁸

3) *Money Transfer*

Metode ini lebih terpercaya dan aman untuk mendapatkan pembayaran dari pembeli, tetapi membutuhkan biaya tambahan bagi pembeli dalam bentuk *fee* bagi pihak penyedia jasa transfer bank untuk mengirim sejumlah uang ke penjual.

4) *Paylater*

Sudah diketahui secara umum bahwa aplikasi *Paylater* ini memiliki kerangka kerja dengan kapasitas dan keunggulan yang hampir sama seperti kartu kredit. Ide prinsip komponen angsuran saat ini adalah “Beli sekarang bayar nanti”. *Paylater* termasuk terkenal pesat karena mendorong inovasi sistem cicilan dipara raksasa bisnis internet seperti Shopee, Tokopedia, Traveloka, Bukalapak, Kredivo, Akulaku, Gojek, dan lain sebagainya yang dapat membuat masyarakat tertarik untuk mencoba, dan rasakan keuntungan dari highlight *Paylater*. Dapat

Masyarakat Senior,” Journal Conference on Management, Bussines, Innovation, Education and Social Science, 1 (2021).

⁴⁸ Heni Nurliyani dan Fauziah Safarina, “Buku Seri Praktikum E-Commerce, Laboratorium Manajemen Menengah Litbang,” 2015, 33.

dikatakan bahwa *Paylater* kini telah menjadi kegemaran masyarakat milenial. Komponen *Paylater* memang bisa menjadi pilihan yang lebih sederhana dan lebih membantu bagi individu dalam mengakses tanpa kartu. Karen, pendaftaran kartu kredit di bank pada umumnya setiap kali digunakan dengan hati-hati tentu saja sistem pembayaran ini termasuk siap untuk mendukung ekspansi keuangan Indonesia.⁴⁹

e. *E-commerce* dalam pandangan islam

Transaksi jual beli secara elektronik, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam hal jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung atau sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. Pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli secara elektronik tersebut diatas, masing-masing memiliki hak dan kewajiban. Penjual/pelaku usaha/merchant merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh karena itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkannya kepada pembeli atau konsumen. Hukum transaksi dengan menggunakan media *e-commerce* adalah boleh berdasarkan prinsip masalah karena akan kebuthan manusia dengan kemajuan teknologi ini dengan berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknik dan syariah.⁵⁰

Adapun syarat dalam transaksi yaitu :

- 1) Adanya pihak-pihak yang berkad
- 2) *Sighah* atau ijab kabul
- 3) Al-maqud alaih atau objek akad

⁴⁹ "Konsep PayLater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam."

⁵⁰ "Jual Beli E-Commerce Dalam Prespektif Hukum Islam."

4) Tujuan pokok akad tersebut dilakukan

Sudah diketahui dengan jelas bahwa pihak-pihak yang berakat dalam transaksi jual beli online adalah penjual dan pembeli. *Sighah* yang ada dalam jual beli online biasanya berupa kondisi dan syarat yang harus disetujui oleh konsumen. *Sighah* ini bebrbentuk tulisan yang dijual, sehingga penjual harus terbuka kepada pembeli. Hali ini bertujuan agar penjual harus menjual barangnya sesuai dengan syariat yang ditentukan

Sebenernya Islam merupakan agama yang memudahkan ummatnya dalam melakukan transaksi jual beli, hanya saja terdapat beberapa ketentuan yang berlaku di dalam Islam mengenai transaksi jual beli. Islam melarang transaksi jual beli yang mengandung unsur riba, gharar, penipuan, paksaan dan masisir, dan haram.

Langkah-langkah yang dapat ditempuh agar jual beli secara online diperbolehkan, halal, dan sah menurut syariat islam yaitu sebagai berikut:

1) Produk halal

Kewajiban menjaga hukum halal-haram dalam objek perniagaan tetap berlaku, termasuk dalam perniagaan secara online, mengingat islam mengharamkan hasil perniagaan barang atau layanan jasa yang haram

2) Kejelasan status

Apakah sebagai pemilik atau paling kurang sebagai perwakilan dari pemilik barang, sehingga berwenang menjual barang. Ataukah hanya menawarkan jasa ini menyesatkan imbalan tertentu. Ataukah sekedar seorang pedagang yang tidak memiliki barang namun bisa

mendatangkan barang yang ditawarkan, semua harus ada kejelasannya

- 3) Kesesuaian harga dengan kualitas barang
Dalam jual beli online, kerap kita jumpai banyak pembeli merasa kecewa setelah melihat pakaian yang telah dibeli secara online. Entah itu kualitas kainnya, ataukah ukuran yang ternyata tidak pas dengan badan. Sebelum hal itu terjadi, patutnya untuk mempertimbangkan benar apakah harga yang ditawarkan telah sesuai dengan kualitas barang yang akan dibeli.
- 4) Kejujuran
Berniaga banyak keunggulan dan kemudahan, namun bukan berarti tanpa masalah. Berbagai masalah dapat saja muncul pada perniagaan secara online. Terutama masalah yang berkaitan dengan tingkat amanah kedua belah pihak.⁵¹

f. Aplikasi Shopee

Shopee merupakan salah satu platform belanja online yang menawarkan berbagai kemudahan dalam transaksinya dan bisa diakses melalui aplikasi mobile tanpa harus membuka computer atau website. Shopee menyediakan berbagai macam produk mulai fashion, elektronik hingga barang kebutuhan sehari-hari. Tujuan shopee adalah dengan kekuatan transformatif teknologi dapat mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan platform untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas.⁵²

⁵¹ Kurniawati, "Transaksi E-commerce Dalam Prespektif Islam."

⁵² "Profil dan Tujuan Shopee," diakses 3 Februari 2021, <https://careers.shopee.co.id/about/>.

Perusahaan shopee yang ada di Indonesia berlokasi di Wisma 77 Tower 2 lantai 11, Jl. Letjen. S. Parman Kav. 77 Slipi, Palmerah. Jakarta Barat, 11410. Shopee mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2015 tepatnya pada bulan Desember 2015. Shopee sendiri dikelola oleh Garena Group yang sekarang berubah menjadi SEA Group yang berpusat di Singapura. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, shopee juga sudah mulai aktif negara Brasil dan menjadikannya Shopee pertama di Amerika Selatan dan luar Asia.

Shopee menawarkan berbagai kemudahan bagi penjual maupun pembeli secara mudah dimana aplikasinya dapat diakses melalui *mobile apps*. Selain itu, shopee juga memberi kemudahan dalam transaksi pembayaran dan pengiriman barang dengan menggunakan ekspedisi yang sudah dipercaya. Shopee Indonesia yang menjadi salah satu sarana belanja online yang menyediakan berbagai kebutuhan dan perlengkapan mulai dari barang-barang fashion, produk kecantikan, barang kebutuhan rumah tangga, elektronik, voucher belanja dan masih banyak lagi. Shopee juga menawarkan program gratis ongkir, voucher diskon dan cashback yang diperuntukan untuk penggunanya.

a. Visi dan Misi Shopee

1) Visi

“Menjadi *mobile Aplikasi* No. 1 di Indonesia”

2) Misi

“Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia”

b. Nilai-nilai Shopee1) *We Serve*

Pelanggan kami adalah satu-satunya penentu dari nilai produk dan layanan kami. Kami berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi dan melayani yang tak terlayani

2) *We Adapt*

Perubahan yang cepat adalah satu-satunya hal konstan dalam era digital ini. Kami merangkul perubahan, merayakannya dan selalu berusaha untuk menjadi pemikir terdepan yang memengaruhi hal itu.

3) *We Run*

Kami berada dalam perlombaan konstan untuk sukses. Kami bergerak lebih cepat, lebih baik dan dengan lebih tepat setiap harinya.

4) *We Commit*

Pekerjaan kami adalah komitmen kami. Kami berkomitmen terhadap nilai, institusi, pelanggan dan mitra kami. Kami saling berkomitmen untuk melakukan yang terbaik dan menjadi yang terdepan.

5) *We Stay Humble*

Kami telah menempuh perjalanan jauh dari usaha awal kami yang sederhana. Namun, kami tidak pernah kehilangan kerendahan hati kami dalam pencarian perkembangan demi mencapai kesuksesan

c. Produk-produk dan pelayanan Shopee

1) Produk

Didalam shopee semua terfasilitasi dengan menawarkannya berbagai macam-macam kebutuhan perempuan atau laki-laki yang ada seiring trend di Indonesia seperti gaya hidupnya. Hal yang membuat tertarik pada shopee ialah

terleak pada barang yang ditawarkannya berupa barang-barang yang kini trending hingga barang yang ditawarkan di aplikasi shopee selalu beriringan dengan gaya hidup laki-laki dan perempuan yang makin modernnya setiap jaman.

2) Pelayanan Shopee

Pelayanan yang diberikan sangatlah baik kepada penjual ataupun pembeli. Para penjual-penjual ini akan dibuat mudah dalam menawarkan produk yang dipasarkan pada *customer* dengan spesifikasi deskripsi barang yang tertera menjelaskan dengan jelas dari awal pemesanan hingga pengiriman produk yang dijual belikannya. Sebagai contoh, pembeli dapat memantau produk yang ia pesan pada e-commerce shopee dengan melihat kurir sudah sampai mana barang ini dibawa oleh kurir. Pembeli juga disediakan oleh shopee ruang obrolan antara penjual dan pembeli di store-store yang ada pada website shopee

d. Keunggulan dan kelemahan Shopee

1) Keunggulan pada Shopee

- a) Produk/barang yang dipesan lebih cepat sampai sesuai alamat
- b) Mempunyai fitur yang lokasinya dekat agar mempermudah pembeli membeli dari penjual yang tokonya dengan lokasi alamat rumahnya
- c) Yang sangat-sangat diminati sekali oleh sejumlah masyarakat Indonesia di shopee ini adalah promosi dan diskon-diskon pada setiap produk atau disetiap store
- d) Adanya room chat antara penjual dengan pembeli
- e) Memiliki potensi transaksi yang sangat tinggi

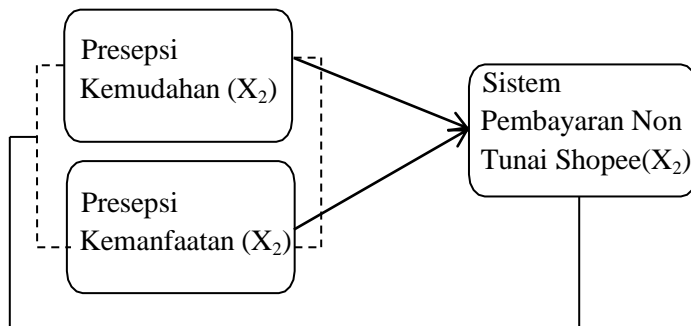
- f) Adanya free ongkir dengan syarat ketentuan yang berlaku pada setiap promo free ongkir
 - g) Banyak sekali persediaan produk yang sangat banyak amat jenisnya. Sehingga penjual dapat bebas berjualan apa saja di store yang ada di shopee. Dalam hal ini bisa membuat penjual mendapatkan keuntungan
- 2) Kekurangan Shopee
- a) Hampir banyak store-store yang ada di shopee yang membalas chat atau respon lumayan lama
 - b) Ada beberapa store yang susah diakses di jam-jam tertentu
 - c) Banyak sekali menemukan penjual yang tak jujur sehingga membuat para konsumen kapok dan tak ingin berbelanja di store yang di aplikasi shopee
 - d) Banyak sekali tampilan produk yang kadang tak sesuai dengan relita barang yang sudah sampai ditangan pembeli

C. Pengujian Hipotesis

1. Kerangka Pikir

Kerangka konseptual atau kerangka pikir merupakan model pemikiran tentang pemikiran bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi. Suatu kerangka pemikiran akan menghubungkan secara teoritis antar variabel penelitian, yaitu antara variabel bebas dan terikat.⁵³ Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel X yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, yang akan dihubungkan pengaruhnya terhadap variabel Y yang dalam penelitian ini yaitu sistem pembayaran non tunai shopee. Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini :

⁵³ Sekaran, *Data Primer dan Sekunder*, t.t.



Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran

2. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis nihil/nol (H_0), yaitu hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan antara dua variabel atau lebih atau tidak adanya perbedaan antara dua kelompok atau lebih. Hipotesis alternatif (H_a), yaitu hipotesis yang menyatakan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih atau adanya perbedaan antaradua kelompok atau lebih. Berikut hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu : Pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap sistem pembayaran non tunai shopee

a. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee

Persepsi kemudahan dalam penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana individu percaya bahwa system teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan penggunaan dalam konteks ini bukan saja kemudahan dalam mempelajari dan

menggunakan tetapi juga mengacu pada kemudahan dalam melakukan pekerjaan. Hal ini sesuai dengan perilaku penggunaan *Technology Accepted Model* (TAM) untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap penggunaan sistem pembayaran non tunai shopee.⁵⁴ Konsep persepsi kemudahan penggunaan ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna. Kemudahan menggunakan metode pembayaran non tunai yang telah disediakan oleh shopee mudah untuk dipahami dan mudah digunakan sehingga akan mengurangi usaha pengguna untuk mempelajari bagaimana cara berinteraksi menggunakan metode pembayaran non tunai shopee. Pengguna aplikasi shopee cenderung mengadopsi karena merasa penggunaan sistem pembayaran non tunai shopee tersebut mudah digunakan.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ferry Wibowo⁵⁵ menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan uang elektronik *E-money Card*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H1 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran non tunai shopee

⁵⁴ F. D., *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*.

⁵⁵ Ferry Wibowo, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)," 2015, Universitas Negeri Jakarta, t.t.

b. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee

Persepsi kemanfaatan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya, sehingga persepsi ini diyakini bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tertentu akan dapat memberikan manfaat bagi seseorang yang menggunakannya. Semakin seseorang tersebut beranggapan bahwa dengan teknologi tersebut memberikan manfaat maka seseorang akan terus menggunakannya, begitupun sebaliknya jika sistem tersebut tidak memiliki manfaat maka seseorang tidak akan menggunakannya. Dalam hal ini berkaitan dengan penerimaan teknologi yang sesuai dengan perilaku penggunaan *Technology Accept Model (TAM)*, bahwa pengguna sistem cenderung menggunakan sistem apabila sistem tersebut bermanfaat bagi si penggunanya. Hal ini sesuai dengan penggunaan *Technology Accept Model (TAM)* untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap penggunaan sistem pembayaran non tunai shopee.⁵⁶

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oentario dkk⁵⁷ menyimpulkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa konstruk persepsi kemanfaatan merupakan konstruks yang paling

⁵⁶ Fred, *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End - User Information Systems.*

⁵⁷ "Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Onlinepatisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial di Surabaya."

banyak signifikan dan penting mempengaruhi minat penggunaan. Juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arsita Ika⁵⁸ tentang Pengaruh Kemampuan Finansial, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik, Promosi dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money di Malang. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempresepsikan kemanfaatan yang didapat dari penggunaan uang elektronik berbasis server tersebut yaitu berupa keefektifan, keefisienan dan produktifnya uang elektronik bagi responden dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H2 : Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran non tunai shopee

c. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kemanfaatan Terhadap Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.⁵⁹ Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan keputusan. Jika

⁵⁸ Nurhayati, Maschlihah, dan Arista Fauzia Kartika Sari, "Pengaruh Kemampuan Finansial, Manfaat, Kemudahan, Daya Tarik, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money Di Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016 dan 2017)," Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi, 10 (2021): 1–23.

⁵⁹ Falah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePAY di Kota Malang Saat Pandemi Covid-19."

seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakan. Sedangkan persepsi manfaat adalah keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.⁶⁰ Dengan adanya persepsi kemudahan dan manfaat diharapkan para pengguna dapat menggunakan suatu sistem dengan baik serta dapat beralih dari contohnya dengan menggunakan sistem pembayaran non tunai.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Ferry Wibowo, Onetario, dan Arista Ika yang menyatakan persepsi kemudahan dan manfaat secara simultan berpengaruh signifikan dalam penggunaan *E-money*

Hal ini didukung juga dengan teori TAM (*Theory Acceptance Model*)⁶¹ yang dilihat dari persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan. Pengguna akan menggunakan sistem jika sistem bermanfaat dengan baik, dan mudah digunakan. Sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan jika pemakai merasa bahwa sistem masih berguna dalam pemanfaatannya.⁶² Dalam hal ini penggunaan *Technology Accepted Model* (TAM) melihat penerimaan teknologi dan berbagai faktor penting didalamnya. Dalam penelitian ini TAM digunakan

⁶⁰ Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Asep Suhud, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-money Card (Studi Pada Pengguna Commuterline di Jakarta)," *Jakarta*, 2015.

⁶¹ Ika SARI, "Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening," *Semarang*, 2019.

⁶² Yousa Arent Lonardo Arironang dan Anton Arisman, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay)," *Palembang*, 2019.

untuk menjelaskan penerapan persepsi kemudahan dan manfaat dalam sistem pembayaran non tunai shopee dengan manfaat kemudahannya dan kegunaannya sehingga menumbuhkan minat dalam mengambil keputusan menggunakan shopee sebagai alat transaksi pembayaran non tunai

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H3 : Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran non tunai shopee