

# Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) terhadap Perilaku Konsumen

Aneke Nurdian Dwi Sari, Zaini Abdul Malik, Yayat Rahmat Hidayat  
Program studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung  
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

anekenurdian31@gmail.com, za.abuhibban@gmail.com, yayatrahmathidayat@unisba.co.id

**Abstract**—The means of payment such as money non-cash lifestyle electronic able to regulate becoming more efficient and more consumptive. A muslim consumes in order to meet his needs so as to obtain the highest benefit for his life. One of the principles of consumption in Islam namely the principle of simplicity forbids the existence of *ishraf* (waste). However, observations show that some students become more wasteful because they use electronic money. The formulation of the problem in this research is how is the behavior of consumers according to Islam, how is the behavior of consumers of the 2015 sharia economic law majoring students and how is the effect of the use of electronic money on the consumer behavior of the 2015 sharia economic law majoring students. This study aims to determine consumer behavior according to Islam, consumer behavior of the 2015 sharia economic law majoring students after using electronic money and the influence of the use of electronic money on the consumer behavior of sharia economic law majoring students. This research is a quantitative study with a simple regression analysis method. The sample in this study amounted to 55 respondents. The sample used is probability sampling with simple random sampling technique. The results showed the use of electronic money influence consumer behavior with a significance value of  $0,000 < 0,05$   $t$  value of  $4,704 > t$  table of  $2,006$  and the results of the calculated  $F$  value of  $22,127 > F$  table of  $4,02$  with a significance value of  $0,000 < 0,05$  then the electronic money variable has a significant effect on consumer behavior variables by  $28,1\%$  while the remaining  $71,9\%$  is influenced by other factors.

**Keywords**—*electronic money, consumer behavior*

**Abstrak**—Alat pembayaran non tunai seperti uang elektronik (*e-money*) dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien maupun lebih konsumtif. Seorang muslim berkonsumsi dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya sehingga memperoleh kemanfaatan yang setinggi-tingginya bagi kehidupannya. Salah satu prinsip konsumsi dalam Islam yakni prinsip kesederhanaan melarang adanya sikap *ishraf* (pemborosan). Namun hasil observasi menunjukkan beberapa mahasiswa menjadi lebih boros karena menggunakan *e-money*. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana perilaku konsumen menurut Islam, bagaimana perilaku konsumen mahasiswa jurusan hukum ekonomi syari'ah angkatan 2015 dan bagaimana pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumen mahasiswa jurusan hukum ekonomi syari'ah angkatan 2015 setelah menggunakan *e-money* dan pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumen mahasiswa jurusan hukum ekonomi syari'ah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan

metode analisis regresi sederhana. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 55 responden. Sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan teknik simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan uang elektronik (*e-money*) berpengaruh terhadap perilaku konsumen dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  nilai  $t$  hitung sebesar  $4,704 > t$  tabel sebesar  $2,006$  dan hasil nilai  $F$  hitung sebesar  $22,127 > F$  tabel  $4,02$  dengan angka signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka variabel uang elektronik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumen sebesar  $28,1\%$  sedangkan sisanya  $71,9\%$  dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci**—*uang elektronik, perilaku konsumen*

## I. PENDAHULUAN

Uang sebagai alat tukar dapat dilihat dalam bentuk tertentu, seperti uang logam dan uang kertas. Namun seiring dengan perkembangan financial technology (*fintech*) memunculkan inovasi baru dalam penyelenggaraan transaksi pembayaran secara elektronik, untuk memaksimalkan penggunaan alat pembayaran non tunai (*less cash*), sehingga nantinya tercipta *less cash society*. Dewasa ini di Indonesia perkembangan uang elektronik sebagai alat pembayaran non tunai tidak hanya dalam bentuk kartu namun juga dalam bentuk aplikasi pada *smartphone*. Alat pembayaran non tunai seperti uang elektronik (*e-money*) juga dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien maupun lebih konsumtif. Adanya penggunaan uang elektronik ini dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam berkonsumsi karena kemudahan dalam bertransaksi membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya.

Perilaku konsumen adalah kecenderungan konsumen dalam melakukan konsumsi, untuk memaksimalkan kepuasannya, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Seorang muslim berkonsumsi dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya sehingga memperoleh kemanfaatan yang setinggi-tingginya bagi kehidupannya. Salah satu prinsip konsumsi dalam Islam yakni prinsip kesederhanaan melarang adanya sikap *ishraf* (pemborosan). Namun berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dengan beberapa mahasiswa angkatan 2015 Prodi Hukum Ekonomi Syariah UNISBA pengguna *e-money* mereka mengungkapkan menggunakan *e-money* karena lebih mudah dalam bertransaksi, praktis dan simpel tetapi membuat mereka lebih boros dan konsumtif juga karena banyaknya promo sehingga mereka terus-menerus

memakai e-money dan membeli segala sesuatunya secara berlebihan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen menurut Islam, untuk mengetahui perilaku konsumen mahasiswa jurusan hukum ekonomi syari'ah angkatan 2015 setelah menggunakan e-money dan untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik (e-money) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan hukum ekonomi syari'ah angkatan 2015 UNISBA.

## II. LANDASAN TEORI

### A. Pengertian Uang dan Uang Dalam Islam

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) uang adalah “alat tukar atau standar pengukur nilai (kesatuan hitungan) yang sah, dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak, atau logam lain yang dicetak dengan bentuk dan gambar tertentu. Pengertian uang dalam Islam secara etimologi yang dimaksud uang (nuqud) adalah Al-Naqdu yakni yang baik dari dirham, dikatakan dirhamun naqdu yakni baik, dan ini adalah sifat. Secara terminologi nuqud adalah nilai harga sesuatu dan standar ukuran yang dibayarkan dalam transaksi barang dan jasa.

### B. Uang Elektronik (e-money)

Berdasarkan publikasi Bank for International Settlements uang elektronik didefinisikan sebagai “produk stored value (nilai tersimpan) atau prepaid (prabayar) di mana catatan dana atau nilai yang tersedia bagi konsumen disimpan pada perangkat elektronik yang dimiliki oleh konsumen.” Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip dan
3. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.

Aturan Islam tentang uang elektronik terdapat dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah yang menjelaskan uang elektronik (electronic money) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:

1. Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
2. Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi.
3. Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.
4. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang

elektronik tersebut.

Uang elektronik (e-money) ditinjau dari basis teknologi yang digunakan ada 2, yaitu: Pertama, uang elektronik berbasis chip, yaitu uang elektronik dengan media penyimpanan nilai uang pada chip dengan identitas uang elektronik berupa nomor kartu. Verifikasi transaksi lebih cepat, karena bersifat off-line. Kedua, uang elektronik berbasis server, yaitu uang elektronik dengan media penyimpanan nilai uang pada server dengan identitas uang elektronik berupa nomor telepon seluler, alamat email, maupun identitas lainnya. Verifikasi transaksi lebih lambat, karena harus online kepada penerbit.

### C. Perilaku Konsumen Islami

Perilaku konsumen berdasarkan syariah Islam adalah perilaku konsumen yang memiliki tiga nilai dasar yang merupakan fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim yakni keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki serta kedudukan harta merupakan anugerah Allah swt dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk. Perilaku konsumen dalam Islam harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak agar hidupnya selamat baik di dunia maupun di akhirat. Dalam QS. Al-A'raf ayat 31 Allah swt berfirman:

اَشْرَفُوْا وَلَا وَاشْرَبُوْا وَكُلُوْا مِمَّا سَجَدَ لَكُمْ عِنْدَ رَبِّكُمْ خُدُوْا اَدَمَ يٰۤاٰدَمُ  
اَلْمُسْرِفِيْنَ يُحِبُّ لَا اِنَّهٗ - ۳۱

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”

Rasulullah saw bersabda:

وَتَصَدَّقُوْا وَالْبَسُوْا فِيْ قَالِ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ  
كُلُوْا غَيْرِ اِسْرَافٍ وَلَا مَخِيْلَةٍ

“Makanlah dan bersedekahlah serta berpakaianlah dengan tidak berlebihan dan sombong.” (HR. Nasai).

Menurut Mannan terdapat lima prinsip konsumsi dalam Islam yaitu: prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas. Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu: faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor agama.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi sederhana. Regresi sederhana dapat dianalisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat variabel X (bebas) yakni uang elektronik terhadap variabel Y (terikat) yakni perilaku konsumen. Sumber yang digunakan adalah data primer yaitu kuesioner dan data sekunder yaitu berbagai sumber literatur yang mendukung penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan pada variabel independen (uang elektronik) terhadap variabel dependen (perilaku konsumen) dengan hasil regresi sederhana bahwa terdapat pengaruh. Dilihat dari hasil koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,281 yang berarti 28,1% pada variabel Y (perilaku konsumen) dapat dijelaskan oleh variabel X (uang elektronik). Sedangkan sisanya 71,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Untuk uji hipotesis pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumen yaitu:  $H_0$ : penggunaan uang elektronik (*e-money*) berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , nilai  $t$  hitung sebesar  $4,704 > t$  tabel sebesar 2,006 maka ditetapkan persamaan regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 18,968 + 0,428X$$

Setiap penambahan satu satuan X akan menambah Y sebesar 0,428 serta hasil nilai F hitung sebesar  $22,127 > F$  tabel 4,02 dengan angka signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Atas dasar pertimbangan tersebut, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau berarti variabel uang elektronik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumen.

Penulis berpendapat bahwa mahasiswa-mahasiswi jurusan hukum ekonomi syariah angkatan 2015 menggunakan uang elektronik (*e-money*) karena lebih praktis, hemat dan mudah digunakan dibandingkan dengan uang tunai, dan mereka tertarik membeli suatu barang atau jasa karena membayar dengan *e-money* mendapatkan promo yang menarik. Tetapi sayangnya, masih banyak yang belum mengetahui aturan berkonsumsi dalam Islam seperti apa dan bagaimana sehingga penggunaan uang elektronik untuk konsumsi sehari-hari belum sesuai dengan ajaran Islam. Selain itu, ternyata sebagian mahasiswa-mahasiswi jurusan hukum ekonomi syariah angkatan 2015 beranggapan bahwa dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*) membuat mereka lebih boros dan tidak seimbang dalam berkonsumsi.

### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen dalam Islam harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak agar hidupnya selamat baik di dunia maupun di akhirat. Terdapat lima prinsip konsumsi dalam Islam yaitu prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas.
2. Perilaku konsumen mahasiswa jurusan hukum ekonomi syariah angkatan 2015 masih banyak yang belum mengetahui aturan berkonsumsi dalam Islam seperti apa dan bagaimana sehingga penggunaan uang elektronik untuk konsumsi sehari-hari belum sesuai dengan ajaran Islam dan sebagian mahasiswa-mahasiswi jurusan hukum ekonomi syariah angkatan 2015 beranggapan bahwa dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*) membuat mereka lebih boros dan tidak seimbang dalam berkonsumsi.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumen yaitu penggunaan uang elektronik (*e-money*) berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , nilai  $t$  hitung sebesar  $4,704 > t$  tabel sebesar 2,006 serta hasil nilai F hitung sebesar  $22,127 > F$  tabel 4,02 dengan angka signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Atas dasar pertimbangan tersebut, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti variabel uang elektronik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan. *Uang*. Retrieved Oktober 26, 2019, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/uang>.
- [2] 2019, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/uang>.
- [3] Bank for International Settlements. (1996). *Implications for Central Banks of the Development of Electronic Money*. Basle.
- [4] Bank Indonesia Departemen Komunikasi. (2018). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik*. Jakarta: Bank Indonesia.
- [5] Bank Indonesia. *Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran*. Retrieved Oktober 29, 2019, from <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasiperizinan/Contents/Default.aspx>.
- [6] Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI. (2017). *Fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah*. Jakarta: Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI.
- [7] Nasional (DSN) MUI.
- [8] Firmansyah dan M. Ihsan Dacholfany. (2018). *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam*. Lampung: CV. IQRO.
- [9] Hakim, Lukman. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [10] Hidayat, Yayat Rahmat dan Ifa Hanifia Senjiati. (2016). *Modul Praktikum Statistika*. Bandung: Mujahid Press.
- [11] Huda, Nurul. (2006). *Konsep Prilaku Konsumsi Dalam Ekonomi Islami*. Jurnal Ekonomi Yarsi Vol. 3 (3), 67.
- [12] Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dan Lembaga Sertifikat Profesi Perbankan (LSPP). (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [13] Kurniati. (2016). *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Prodi Perbankan Syari'ah STIA Alma Ata Yogyakarta Vol. VI (1), 47.
- [14] Manupraba, Wisnu, dkk. *TafsirQ*. Retrieved November 10, 2019, from <https://tafsirq.com/>.
- [15] Muflih, Muhammad. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- [16] Nastangin, M. (Penterjemah). (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera.
- [17] Ramadani, Laila. (2016). *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa*. Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan Universitas Negeri Malang Vol. 8 (1), 1-2.
- [18] Rozalinda. (2016). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- [19] Sumar'in. (2013). *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [20] Susanti, Resi. (2017). *Sejarah Transformasi Uang Dalam Islam*. Jurnal Aqlam Vol. 2 (1), 34.
- [21] Usman, Rachmadi. (2017). *Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran*. Yuridika Fakultas Hukum Universitas Airlangga Vol. 32 (1), 135-136.