

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Indomaret

Indomaret pertama kali berdiri di Ancol, Jakarta sejak 1988 sebagai gerai yang menyediakan kebutuhan pokok masyarakat. Karena berupaya untuk mengembangkan kegiatan operasional toko, pihak Indomaret melakukan pengamatan dan penelitian tentang perilaku konsumen dalam berbelanja. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa konsumen lebih nyaman berbelanja di gerai modern karena selain tempatnya yang lebih nyaman, barang yang disediakan juga lebih lengkap, dan memiliki produk berkualitas.⁸²

Berdasarkan keadaan ini, Salim group mulai membentuk Indomaret sebagai salah satu usaha retail yang berbadan hukum dibawah naungan PT. Indomarc Prismatama dengan visi “menjadikan Indomaret sebagai jaringan retail unggul”, dengan moto “mudah dan hemat”.

Hingga pada tahun 1997 Indomaret yang awalnya berkonsep sebagai penyelenggaraan gerai retail yang dekat dengan hunian masyarakat mulai mengembangkan bisnis dengan konsep bisnis waralaba untuk memberikan peluang bagi masyarakat yang ingin mengelola gerai Indomaret.⁸³ Pada tahun 1997 ini Indomaret sudah memiliki 700an gerai di berbagai daerah sehingga kepercayaan masyarakat menjadikan Indomaret sebagai mitra bisnis sudah terbentuk.

⁸²“Sejarah dan Visi”, Indomaret Online, <https://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/>, diakses pada 5 Oktober 2020.

⁸³ “Tentang Waralaba”, Indomaret Online, <https://indomaret.co.id/karir/waralaba/tentang-waralaba.html>, diakses pada 5 Februari 2021.

Didukung dengan kemampuan bisnis yang mumpuni, Indomaret semakin menguasai bisnis waralaba di Indonesia. Hingga Januari 2021 jumlah gerai waralaba yang dikelola oleh Indomaret mencapai 18.603. Dimana 60% dari jumlah gerai ini adalah murni milik perusahaan. Sedangkan sisanya 40% gerai termasuk dalam bisnis waralaba yang dikelola Indomaret bersama masyarakat.⁸⁴

2. Profil Indomaret Klaling Kudus

Indomaret Klaling Kudus menjadi salah satu dari puluhan ribu gerai Indomaret yang tersebar hampir di seluruh Indonesia. Didirikannya Indomaret Klaling bertujuan untuk memperluas jaringan retail Indomaret di Kabupaten Kudus, Jawa Tengah sesuai dengan tujuan perusahaan untuk terus memperluas jaringan retail Indomaret di seluruh Indonesia.

Indomaret Klaling berdiri sejak 27 April 2018 dengan luas area penjualan sekitar 200m². Indomaret bukan hanya berperan sebagai suplai penyedia berbagai kebutuhan pokok masyarakat saja namun juga berperan penting sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Lokasi Indomaret Klaling berada di desa Klaling, tepatnya di Jl. Raya Pati – Kudus KM 9, Kec. Jekulo, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Lokasi ini sangat strategis karena berada di lintasan jalur pantura dan dekat dengan tempat-tempat penting. Indomaret Klaling dekat dengan area sekolahan seperti SMA 1 Jekulo, MTS/MA Nurul Ulum, dan Mts/MA Wahid Hasyim. Indomaret Klaling juga dekat dengan pusat kesehatan seperti RSUD Nurusyifa dan Puskesmas Klaling.

⁸⁴ “Gerai Indomaret”, Indomaret Online, <https://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/gerai-indomaret/>, diakses pada 5 Februari 2021.

3. Struktur Organisasi Indomaret Klaling Kudus

Gambar 4.1
Struktur Organisasi
Indomaret Klaling Kudus



Sumber: Data hasil wawancara karyawan Indomaret Klaling, Kudus.

4. Urgensi Penggunaan Uang Elektronik Di Indomaret

Partisipasi Indomaret retail dalam upaya mensukseskan Gerakan Non Tunai yang dicanangkan pemerintah sejak tahun 2014 terbukti lewat kerjasama

yang dilakukannya dengan beberapa jasa penyedia layanan uang elektronik bank dan non bank. Dengan kerjasama ini Indomaret mulai melengkapi gerainya dengan mesin EDC untuk mendukung transaksi non tunai dari berbagai layanan uang elektronik. Beberapa pengelola uang elektronik tersebut adalah Bank Mandiri dengan *Mandiri e-cash* dan *Indomaret Card*, BCA dengan kartu kredit *BCA-Indomaret*, serta BRI dengan *Brizzi*. Sedangkan lembaga non bank yakni PT Fintek Karya Nusantara dengan *link aja*, dan PT. Inti dunia Sukses dengan *i-saku*.

Kerjasama PT. Indomarc Prismatama dengan penyedia layanan uang elektronik tertua dilakukan dengan Bank Mandiri untuk menciptakan produk uang elektronik berbasis kartu yang multifungsi. Tujuannya adalah untuk menggarap pasar retail *micro payment* yang saat itu masih didominasi oleh pembayaran tunai. Kerjasama ini melahirkan produk *Indomaret Card* yang diluncurkan pada tahun 2008. Hingga akhir Agustus 2019 lalu, Bank Mandiri telah menerbitkan 19juta kartu *Mandiri e-money* dengan pengguna terbesar di sektor transportasi.⁸⁵

Peluncuran uang elektronik hasil kerjasama PT. Indomarc Prismatama kembali dilakukan dengan PT. Inti dunia Sukses untuk menghasilkan produk dompet digital yang lebih praktis. Kerjasama ini menghasilkan *i-saku* yang beroperasi sejak tahun 2017. Harapannya *i-saku* dapat menjadi solusi pembayaran digital non bank yang praktis dan cepat utamanya di sektor retail. Hingga Agustus 2019 jumlah pengguna *i-saku* mencapai 6jt pengguna, dan diharapkan akan terus bertumbuh karena luasnya jaringan *merchant* Indomaret.⁸⁶

⁸⁵ “Peluncuran I-saku dan Fitur Top Up *E-money*”, Indomaret Online, 5 Desember 2019, <https://indomaret.co.id/main-content/berita-and-kegiatan/2019/12/05/peluncuran-i.saku-dan-fitur-top-up-e-money/> diakses pada 7 Oktober 2020

⁸⁶ “Peluncuran I-saku dan Fitur Top Up *E-money*”, Indomaret Online, 5 Desember 2019, <https://indomaret.co.id/main-content/berita->

Berbeda dengan *Indomaret Card* yang diluncurkan sebelumnya, *i-saku* memiliki lebih banyak keunggulan. Selain dapat diakses dengan sistem android dan IOS, *i-saku* juga merupakan dompet digital dengan banyak fungsi. Selain *top up* dan belanja, *i-saku* dapat digunakan untuk melakukan pembayaran berbasis digital ke marketplace, PDAM dan PLN, transfer, dan masih banyak lagi.⁸⁷

Kerjasama PT. Indomarco Primatama dengan beberapa penyedia jasa layanan uang elektronik diatas bertujuan untuk meningkatkan transaksi non tunai untuk mewujudkan *less cash society* sebagaimana yang diinginkan pemerintah. Disamping itu, PT. Indomarco Primatama memiliki tujuan penjualan dan nilai transaksi di Indomaret dapat terdongkrak dengan adanya transaksi non tunai ini.

Penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran di Indomaret Klaling sudah berlaku sejak diresmikannya cabang retail ini, pada tahun 2018. Tingkat transaksi elektronik terus berkembang seiring dengan bertambahnya minat dan kesadaran masyarakat terhadap produk pembayaran digital. Hal ini tentunya didukung dengan tingkat literasi uang elektronik yang mumpuni dari berbagai pihak. Literasi uang elektronik yang diberikan dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat sekitar mengingat latar belakang pendidikan masyarakat yang sudah mumpuni.

Bukti dari suksesnya literasi uang elektronik di Indomaret Klaling adalah adanya peningkatan penggunaan uang elektronik. Selain itu pengguna uang elektronik yang merata dari segala usia menjelaskan bahwa uang elektronik di Indomaret

[and-kegiatan/2019/12/05/peluncuran-i.saku-dan-fitur-top-up-e-money/](https://www.iainkudus.ac.id/kegiatan/2019/12/05/peluncuran-i.saku-dan-fitur-top-up-e-money/)

diakses pada 7 Oktober 2020

⁸⁷ “Fitur I-saku”, Isaku online, <https://www.i-saku.com/Feature> diakses pada 9 Februari 2021.

Klaling dapat diterima oleh masyarakat dari berbagai kalangan yang berbeda.

Menurut kepala toko Indomaret Klaling, penerapan penggunaan pembayaran elektronik di Indomaret Klaling berdampak positif baik cabang gerai. Dengan populernya penggunaan uang elektronik yang juga dibarengi dengan diskon, jumlah transaksi dan omset penjualan dapat meningkat. Utamanya ketika diadakan promosi tertentu yang menarik perhatian pengguna uang elektronik.⁸⁸

5. Data responden

Partisipan dalam penelitian ini merupakan karyawan dan pengguna uang elektronik di Indomaret Klaling yang dipilih secara acak. Terdapat total 17 partisipan, dengan 2 partisipan yang merupakan karyawan Indomaret dan 15 partisipan lainnya merupakan konsumen muslim pengguna uang elektronik. Data responden disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1
Tabel data responden

No.	Nama	Usia	Profesi	Pendidikan	Domisili	Uang elektronik
1.	M. Hasib Alwan	25	Pramuniaga Indomaret Klaling	Mahasiswa non regular	Mejobo	<i>i-saku</i> , Link aja
2.	Ajis Rustamaji	27	Kepala Toko Indomaret Klaling	SMA	Jekulo	<i>i-saku</i> , Link

⁸⁸ M. Hasib Alwan, wawancara oleh penulis, 1 Oktober 2020, wawancara 2, transkrip.

						link aja, GoPay
3	Riska Dwi Wijayanti	2 2	Karyawan	SMA	Bulung ulon	<i>i- sak u</i>
4	Mariati	4 9	Pedagang	SMP	Pladen	<i>i- sak u</i>
5	Fahrudin Arori	2 3	Karyawan	SMA	Bulung angkrin g	Lin k aja syar iah, Gop ay
6	Muakhir oh	2 0	Karyawan	SMA	Bulung ulon	<i>i- sak u</i>
7	Kusmiati	4 6	Wiraswasta	SMA	Bulung ulon	<i>i- sak u</i>
8	Ambarw ati	2 2	Karyawa	SMA	Bulung ulon	Lin k aja syar iah
9	M. Hafid Wahyu	2 6	PNS	S1	Klaling	<i>Ind oma ret Car d,</i> link aja syar iah, GoP ay

10	Ulfah	25	Satpol PP	S1	Bulungulon	Gopay, Shopee pay, link aja
11	Inneke Winata Yudha	24	Perawat	S1	Hadipolo	GoPay, Link aja
12	Noor Aeni	20	Karyawan	SMA	Bulungulon	Ovo, i-saku
13	Devi Putri Nurwiyantri	21	Mahasiswa	SMA	Klaling	i-saku,OVO, GoPay
14	Dwi Chusnul	21	Karyawan	SMA	Sadang	i-saku, GoPay
15	Ana Susetyo	32	Ibu rumah tangga	SMA	Hadipolo	i-saku
16	Devi Khoriyah	24	Karyawan	SMA	Jekulo	i-saku
17	Zulfatul Umayah	21	Karyawan	SMA	Jekulo	Link aja

Sumber: Hasil wawancara

Tabel diatas menjelaskan bahwa seluruh partisipan pengguna uang elektronik di Indomaret Klaling

seluruhnya berasal dari Kecamatan Jekulo. Dari segi usia, partisipan didominasi oleh generasi millennial dengan rentang usia antara 19 hingga 24 tahun. Sedangkan dua partisipan lainnya merupakan wanita paruh baya dengan usia 46 tahun dan 49 tahun. Tingkat pendidikan partisipan didominasi oleh lulusan SMA. Sementara beberapa partisipan lainnya merupakan S1 dan mahasiswa, dan satu partisipan lainnya lulusan SMP. Profesi yang ditekuni juga beragam dari karyawan, mahasiswa, PNS, dan wirausaha.

Jenis uang elektronik yang digunakan oleh partisipan terdiri dari uang elektronik yang mendukung pembayaran retail di Indomaret dan uang elektronik yang tidak mendukung pembayaran retail di Indomaret. Mayoritas informan memiliki lebih dari satu jenis uang elektronik. Dimana uang elektronik yang digunakan oleh informan didominasi oleh uang elektronik *i-saku*. Sebanyak 11 partisipan menggunakan *i-saku*, 8 partisipan menggunakan *Link aja* (3 partisipan mengaktifkan layanan syariah), 7 partisipan menggunakan *GoPay*, 1 partisipan menggunakan OVO, 1 partisipan menggunakan *shopee pay*, dan 1 partisipan menggunakan *Indomaret Card*. Dari berbagai uang elektronik ini yang tidak didukung pembayaran retail di Indomaret adalah uang elektronik OVO dan *GoPay*.

Dengan keberagaman latar belakang usia, pendapatan, pendidikan, dan jenis uang elektronik dari masing-masing partisipan, peneliti berharap bisa memperkaya informasi yang diberikan. Keberagaman latar belakang ini nantinya akan menghasilkan pengalaman dan perilaku konsumen yang juga berbeda sesuai dengan yang partisipan alami selama menggunakan uang elektronik di Indomaret.

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Data yang peneliti peroleh melalui wawancara berbentuk jawaban dari partisipan atas pertanyaan yang diajukan berdasarkan panduan wawancara. Wawancara ini

dilakukan secara tatap muka langsung terhadap 17 narasumber yang dianggap representatif terhadap obyek masalah dalam penelitian. Narasumber yang dipilih adalah 15 konsumen pengguna uang elektronik di Indomaret Klaling Kudus dan 2 karyawan Indomaret Klaling. Dari hasil wawancara ini dihasilkan data yang kemudian direduksi oleh peneliti. Peneliti kemudian mencoba melakukan pemaknaan sehingga menghasilkan hasil berikut:

1. Deskripsi Pengalaman Konsumen Indomaret Klaling Kudus dalam Menggunakan Uang Elektronik

Berikut adalah beberapa pernyataan penting dari partisipan yang sudah peneliti simpulkan menjadi beberapa pernyataan penting dan termuat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Informasi penting pengalaman penggunaan uang elektronik oleh partisipan

No.	Pernyataan penting	Makna pernyataan
1.	Karena uang elektronik membuat belanja menjadi lebih mudah, praktis, tidak perlu membawa dompet besar dan menunggu kembalian.	Uang elektronik lebih praktis dibandingkan penggunaan uang cash.
2.	Saya suka menggunakan uang elektronik karena lebih simpel, <i>cashless</i> , dan millenial.	Uang elektronik adalah pembayaran yang <i>cashless</i> dan kekinian.
3.	Uang elektronik memudahkan segala transaksi saya. Sejak menggunakannya saya lebih mudah membayar tagihan dan berbelanja.	Uang elektronik yang multifungsi memberikan kemudahan kepada konsumen.
4.	Awalnya saya menggunakan uang eletronik karena <i>trend</i> dan efek kerennya. Karena manfaat yang bisa didapatkan saya keterusan menggunakannya.	Uang elektronik berkembang sebagai <i>trend</i> . Manfaat yang diberikan membuat konsumen ketagihan menggunakannya.
5.	Saya suka menggunakan uang elektronik. Sayangnya saat	Sinyal dan server menjadi hambatan utama dalam

	bertransaksi saya sering mengalami gangguan baik dari sinyal maupun dari server yang sangat menghambat proses transaksi digital.	transaksi konsumen.
6.	Saya tertarik menggunakan uang elektronik karena promosi yang sering diberikan	Promosi uang elektronik menumbuhkan minat pengguna.
7.	Sejak menggunakan dompet digital transaksi menjadi lebih cepat, dan banyak diskon yang bisa saya dapatkan. Sayangnya dalam operasinya sangat tergantung sinyal.	Uang elektronik memberikan banyak kemudahan dan diskon. Sayangnya konsumen sering mengalami kendala di sinyal.
8.	Nilai transaksi uang elektronik memang meningkat dibandingkan periode sebelumnya. Namun secara statistik nilai transaksi masih dibawah 50% dari transaksi tunai.	Peningkatan transaksi digital di Indomaret Klaling masih belum optimal.

Sumber: Data hasil wawancara diolah oleh peneliti

Menggunakan uang elektronik membuat konsumen memiliki pengalaman yang berbeda dibandingkan menggunakan uang tunai. Kesan pertama yang dirasakan adalah transaksi yang lebih mudah dan cepat. Peralpnya, selama proses pembayaran konsumen hanya perlu memberikan kode *barcord* untuk discan sehingga proses belanja akan lebih menghemat waktu. Bagi konsumen hal ini sangat menguntungkan utamanya saat mereka terburu-buru untuk segera melakukan aktivitas lain.

Penggunaan uang elektronik yang *cashless* juga membantu aktivitas belanja retail agar lebih praktis dan tidak ribet. Dengan pembayaran melalui dompet digital atau kartu *e-money*, banyak konsumen yang mengaku terbantu. Dana yang tersimpan dalam uang elektronik membuat mereka tidak perlu membawa dompet besar untuk menyimpan uang tunai dan uang receh saat berbelanja. Tentu saja hal ini membuat

uang elektronik lebih disukai karena cenderung lebih simpel.

Hal menarik lain yang diberikan uang elektronik adalah fiturnya yang lengkap. Uang elektronik yang disediakan oleh penerbit tidak hanya bisa digunakan untuk melakukan belanja retail. Setiap uang elektronik dilengkapi oleh fasilitas lain seperti pembayaran tagihan, belanja di marketplace, zakat, infaq, hingga transfer dana. Hal ini sangat membantu pengguna untuk mempercepat transaksi pembayaran. Hanya dengan melakukan *top up* di Indomaret atau fitur pendukung *top up* lainnya, pengguna *e-money* dapat membayar tagihan dengan mudah dan cepat dimana saja. Adapun beberapa pembayaran digital yang sering dimanfaatkan oleh partisipan adalah pembayaran tagihan PLN, BPJS, dan pembayaran aktivitas belanja online di *marketplace*.

Salah satu strategi Indomaret dalam menarik perhatian masyarakat dalam menggunakan transaksi digital di gerai retailnya adalah dengan memberikan diskon dan promosi menarik. Hasil wawancara membuktikan bahwa konsumen sangat tertarik dengan banyaknya diskon yang ditawarkan saat melakukan pembayaran retail menggunakan uang elektronik di Indomaret. Promosi secara langsung akan menarik pengguna uang elektronik baru. Sekaligus dapat mendorong konsumen untuk melakukan transaksi dengan uang elektronik yang sudah dimiliki.

Meski uang elektronik saat ini begitu populer, faktanya nilai transaksi uang elektronik masih terbilang rendah dengan presentase dibawah 50% dari transaksi tunai di Indomaret Klaling Kudus. Dengan nilai yang cukup rendah ini pemerintah membutuhkan waktu yang lebih panjang untuk mewujudkan *less cash society*. Belum lagi selama transaksi partisipan seringkali dihadapkan pada kendala, seperti masalah server dan sinyal yang memperlambat proses transaksi.

2. Deskripsi Perubahan Perilaku Konsumen Akibat Penggunaan Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi di Indomaret Klaling Kudus

Tabel 4.3

Informasi penting dampak penggunaan uang elektronik terhadap partisipan

No.	Pernyataan penting partisipan	Makna
1.	Sejak menggunakan <i>e-money</i> pengeluaran meningkat karena kemudahan transaksi. Utamanya saat sedang ada promo di Indomaret dan marketplace.	Kemudahan transaksi dan promosi membuat pengguna lebih konsumtif.
2.	Iya jadi lebih konsumtif. Padahal kelihatannya dengan berbelanja di harga diskon akan lebih irit. Namun nyatanya barang yang dibeli menjadi lebih banyak	Diskon pada uang elektronik meningkatkan minat berbelanja, karena sifat diskon yang manipulatif.
3.	Jumlah pengeluaran saya saat menggunakan uang elektronik sama saja. Hal ini bergantung pada cara kita mengendalikan penggunaannya. Padahal <i>e-money</i> dilengkapi fasilitas laporan keuangan keluar masuk. Kalau konsumen lain mengatakan lebih boros mungkin mereka kurang bisa	Uang elektronik tidak menyebabkan peningkatan pengeluaran selama pengguna dapat menhandel keuangan dengan benar.

	menghandel keuangan.	
4.	Diskon membuat saya lebih memilih produk diskon dibandingkan produk tanpa diskon.	Diskon pada penggunaan uang elektronik mempengaruhi pemilihan produk oleh konsumen.
5.	Pemberlakuan diskon akan mempengaruhi pemilihan produk dan merek. Namun tidak untuk produk sensitif yang tidak mudah digantikan dengan produk lain.	Pemberian diskon hanya mempengaruhi pemilihan produk substitusi, tidak untuk produk sensitif.
6.	Awal menggunakan uang elektronik saya hanya ingin mengikuti <i>trend</i> karena saat ini millennial sekarang sudah sangat <i>cash less</i> .	Uang elektronik sebagai <i>trend</i> generasi millennial
7.	Menggunakan uang elektronik membuat saya lebih bergaya dan lebih menarik juga.	Uang elektronik sebagai gaya hidup

Sumber: Data hasil wawancara diolah oleh peneliti

Penggunaan uang elektronik secara langsung akan mempengaruhi perilaku konsumen, utamanya konsumen muslim sebagai konsumen mayoritas. Karena literasi uang elektronik yang dilakukan sudah cukup merata, partisipan mengungkapkan penggunaan *e-money* kini menjadi *trend* pembayaran digital yang digandrungi masyarakat. Para millennial menganggap bahwa uang cash terlihat lebih kuno, sedangkan uang elektronik lebih bergaya dan menjadi *trend* pembayaran baru. *Trend* bertransaksi secara digital menggunakan *e-money* diakui beberapa pengguna dapat memberikan banyak keuntungan dan

meningkatkan kepercayaan diri. Selanjutnya *trend* bertransaksi secara digital dengan uang elektronik menumbuhkan gaya hidup *cashless* yang jika diterapkan secara merata akan melahirkan *less cash society* sebagaimana yang diinginkan oleh pemerintah.

Kecepatan transaksi serta banyaknya diskon dan promo menarik yang ditawarkan oleh gerai retail Indomaret berdampak pada peningkatan pengeluaran konsumen. Diakui oleh partisipan bahwa diskon sangat mempengaruhi keinginan pembelian. Partisipan menjelaskan, meskipun niat awal berbelanja saat diskon adalah untuk menghemat pengeluaran, akhirnya mereka akan berbelanja dalam jumlah lebih banyak karena merasa sebelumnya merada sudah berhemat. Disisi lain informan Fahrudin menanggapi penggunaan uang elektronik seharusnya bisa meminimalisir pengeluaran. Dengan memanfaatkan fitur laporan mutasi yang terperinci pada uang elektronik Fahrudin menganggap seharusnya pengguna bisa berbelanja secara lebih bijak dan mengendalikan pengeluaran.⁸⁹

Hasil wawancara juga mengungkapkan adanya diskon pada pembayaran uang elektronik akan mempengaruhi keputusan pemilihan produk. Rata-rata konsumen akan memilih produk diskon dibandingkan produk dengan harga normal jika barang bersifat substitusi. Dari keterangan mereka, dapat disimpulkan bahwa produk diskon lebih menarik perhatian karena dapat menghemat pengeluaran. Meskipun begitu ada beberapa produk yang tidak bisa disubstitusikan sehingga konsumen seperti Ana Susetyo lebih memilih menggunakan produk yang biasa digunakannya.⁹⁰

⁸⁹ Fahrudin Arori, wawancara oleh penulis, 1 Oktober 2020, wawancara 5, transkrip

⁹⁰ Ana Susetyo, wawancara oleh penulis, 17 November 2020, wawancara 15, transkrip

3. Deskripsi Tanggapan Konsumen terhadap Penggunaan Uang Elektronik Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Tabel 4.4
Informasi penting tanggapan konsumen terhadap penggunaan uang elektronik dalam prespektif ekonomi islam oleh partisipan

No.	Pernyataan penting partisipan	Makna
1.	Saya belum bisa memutuskan apakah uang elektronik yang saya gunakan sesuai syariah atau tidak. Menurut saya selagi tidak menerapkan sistem bunga bisa dikatakan bersifat syariah.	Uang elektronik bisa dianggap syariah selama tidak mengandung riba.
2.	<i>E-money</i> syariah dan konvensional tidak terlalu banyak perbedaannya. Untuk saat ini lebih nyaman ke uang elektronik biasa.	Konsumen belum memahami konsep uang elektronik syariah sehingga lebih nyaman dengan uang elektronik konvensional.
4.	Dari segi kemanfaatannya uang elektronik sesuai dengan prinsip masalah. Kemudian keamanan uang elektronik mungkin sesuai dengan prinsip menjaga harta.	Uang elektronik membawa masalah dan sesuai dengan prinsip menjaga harta.
5.	Saya tertarik dengan uang elektronik, namun untuk saat ini saya belum	Konsumen akan beralih ke uang elektronik syariah saat merasa

	menggunakannya karena merasa belum ada keuntungan jelas yang saya dapatkan jika beralih ke <i>e-money</i> syariah.	mendapatkan keuntungan yang lebih baik.
6.	Saya berminat, walaupun saat ini belum. Saya masih dalam tahap mencari-cari informasi tentang uang elektronik syariah dan konven. Yang saya ketahui pembeda link aja syariah dengan konven dibagian pengelolaan dananya. Nantinya untuk diskon juga akan berpengaruh, tidak bisa sama kayak link aja yang konven.	Konsumen masih berusaha mendalami benefit uang elektronik syariah dan konvensional.

Tanggapan partisipan mengenai penggunaan uang elektronik dalam prespektif ekonomi islam meliputi sistem riba, kemaslahatan uang elektronik, dan minat mereka dalam menggunakan uang eletronik layanan syariah. Partisipan menganggap uang elektronik bebas riba dan sesuai dengan prinsip kemaslahatan karena memberikan manfaat dalam membantu transaksi serta mencegah keburukan. Disamping itu, elektronik sesuai dianggap sesuai dengan prinsip menjaga harta dalam *maqasid syariah* berkat proteksi keamanannya yang mumpuni dalam menjaga dana nasabah.

Dalam praktek penggunaannya partisipan tidak terlalu mempermasalahkan apakah uang elektronik yang digunakan syariah atau tidak. Menurutnya selagi uang elektronik tidak menerapkan sistem bunga, maka uang elektronik ini dianggap halal. Pernyataan tersebut membuktikan pada dasarnya konsumen belum

memahami dengan baik konsep uang elektronik syariah dan konvensional.⁹¹

Karena menganggap semua uang elektronik sama, akhirnya minat penggunaan uang elektronik syariah oleh partisipan masih sangat rendah. Terbukti dari 7 pengguna uang elektronik link aja hanya 3 partisipan yang mengaktifkan fitur layanan syariahnya. Sementara 12 partisipan lainnya mengaku sudah terlanjur nyaman dengan uang elektronik konvensional dan merasa membutuhkan waktu untuk mempelajari benefit dan keuntungan yang diperoleh sebelum beralih ke layanan syariah uang elektronik. Lebih jelasnya mereka hanya akan beralih ke uang elektronik syariah jika keuntungan transaksi yang didapatkan lebih besar.

C. Analisis data Penelitian

Peneliti telah memaparkan keseluruhan data dari proses penelitian lapangan pada poin deskripsi data penelitian. Selanjutnya, deskripsi data penelitian tersebut dianalisis dan dipaparkan sebagai berikut:

5. Analisis Pengalaman Konsumen Indomaret Klaling Kudus dalam Menggunakan Uang Elektronik

Penggunaan suatu produk barang atau jasa oleh konsumen akan menghasilkan *user experience*. Pengalaman pengguna atau *user experience* merupakan persepsi dan respon akibat dari penggunaan produk, sistem, atau *service* yang berupa kesenangan, kepuasan, keluhan, hingga ketidakpuasan dari pengguna sebagai reaksi dari penggunaan sebuah produk, sistem atau *service*. Dimana pengalaman yang dirasakan masing-masing individu dapat berbeda tergantung pada keadaan internal pengguna seperti ekspektasi, kebutuhan, motivasi dan

⁹¹ Mariati, wawancara oleh penulis, 1 Oktober 2020, wawancara 4, transkrip

karakteristik produk atau sistem kompleksitas, *usability* dan fungsionalitas.⁹²

Berdasarkan hasil penelitian, munculnya pengalaman pengguna dalam penggunaan uang elektronik di Indomaret terbentuk akibat beberapa bentuk *user experience* yang digolongkan oleh Robinnete dan Brand. Yakni pengalaman penggunaan produk (*experience in product*) dan pengalaman menyeluruh di lingkungan usaha (*experience in environment*). *Experience in product* ini muncul pertama kali saat partisipan mulai men-dowland uang elektronik, memahami fungsinya, serta membentuk kesan atas manfaat dan penggunaan uang elektronik. Sedangkan *experience in environment* merupakan bentuk lanjutan dari pengalaman yang dirasakan partisipan setelah menggunakan uang elektronik untuk berbelanja retail di Indomaret Klaling dan melakukan interaksi dengan lingkungan usaha.

Adapun pengalaman konsumen yang terbentuk saat melakukan transaksi di Indomaret Klaling dapat digolongkan dalam dua bentuk pengalaman, yakni:

a. Pengalaman positif

Pengalaman positif partisipan terbentuk akibat kepuasan dan pemberian layanan uang elektronik yang maksimal kepada pengguna. Sebagai alat pembayaran digital yang modern partisipan merasa produk uang elektronik yang dikeluarkan oleh layanan penyedia uang elektronik memberikan kesan kemudahan dalam bertransaksi. Kemudahan ini dapat mereka rasakan dalam bentuk transaksi retail yang lebih cepat dan praktis karena transaksi bisa dilakukan dengan kode atau *barcorde*. Aspek kemudahan, manfaat, dan kepraktisan ini lah yang selanjutnya menarik

⁹² Nadiatul Khaira, dkk; “Analisis Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile Banking dengan Metode UX Curve (Studi Kasus : BRI Mobile Banking)”, *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol. 4, No. 3, (Maret 2020): 1005.

perhatian pengguna untuk beralih dari penggunaan uang *cash* ke uang elektronik.

Selain dalam bentuk kemudahan, pengalaman partisipan dalam menggunakan uang elektronik juga meliputi diskon dan promosi. Diskon dan promosi merupakan bentuk rangsangan berupa strategi pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan yang bertujuan membentuk respon dan pengalaman konsumen. Promo dan diskon khusus dengan pembayaran uang elektronik yang diberlakukan oleh gerai Indomaret ini akan memberikan pengalaman tersendiri bagi pengguna baik dalam proses belanja maupun untuk menarik minat konsumen. Sesuai dengan pernyataan konsumen:

“Kesan yang saya dapatkan setelah menggunakan uang elektronik adalah transaksi menjadi lebih mudah, praktis karena tidak perlu ribet membawa dompet besar dan menunggu kembalian”.⁹³

“Awalnya sering lihat brosur elektronik Indomaret banyak diskon pakai pembayaran elektronik, jadi saya *dowland*. Trus jadi keterusan pakai uang elektronik”.⁹⁴

Pernyataan ini menunjukkan bahwa rangsangan manfaat dan daya tarik promosi dapat membentuk persepsi dan kesan terhadap uang elektronik. Selanjutnya aspek manfaat dan promosi ini akan sangat berpengaruh terhadap minat dan penerusan penggunaan uang elektronik. Metode pembayaran elektronik di seluruh cabang Indomaret di Indonesia dinilai menawarkan lebih banyak promosi dibanding metode pembayaran

⁹³ Mariati, wawancara oleh penulis, 1 Oktober 2020, wawancara 4, transkrip

⁹⁴ Mariati, wawancara oleh penulis, 1 Oktober 2020, wawancara 4, transkrip

cash. Sehingga akan mendorong munculnya pengguna uang elektronik baru dan meningkatkan transaksi belanja menggunakan uang elektronik.

Bentuk-bentuk pengalaman positif yang dialami partisipan diatas akan membentuk *experience in loyalty communication*. Pengalaman ini terbentuk akibat kesenangan yang didapatkan konsumen terhadap layanan berbelanja menggunakan uang elektronik. Kesenangan ini nantinya akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi digital menggunakan uang elektronik sehingga dapat menciptakan loyalitas konsumen yang tinggi dalam bertransaksi digital.

Lebih lanjut, untuk mendapatkan pengalaman yang maksimal terhadap penggunaan uang elektronik, pengguna harus memahami penggunaan produk barang atau jasa dengan baik. Pemahaman ini bisa didapatkan melalui proses pembelajaran seperti memahami setiap fungsi dalam uang elektronik, mengetahui tatacara bertransaksi, dan memanfaatkan setiap fitur yang tersedia secara maksimal.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa seluruh partisipan tanggap akan perkembangan teknologi digital. Kemampuan partisipan dalam menggunakan uang elektronik dengan baik ditunjukkan dari aktivitas pembayaran diluar transaksi retail oleh beberapa partisipan. Baik untuk membayar tagihan PLN, BPJS, PDAM, atau berbelanja di marketplace dengan sebelumnya melakukan *top up* melalui bank atau gerai retail yang bekerjasama dengan uang elektronik yang digunakan.

“Saya lebih sering menggunakan uang elektronik untuk membayar tagihan PLN karena tidak usah repot-repot antri. Untuk

top up saya biasanya lebih sering melalui Indomaret”.⁹⁵

b. Pengalaman negatif

Meskipun penggunaan uang elektronik memberikan manfaat besar bagi konsumen, peneliti menemukan pengalaman negatif berupa hambatan saat penggunaan uang elektronik dalam penelitian ini. Diantaranya adalah hambatan yang diakibatkan oleh keterbatasan sinyal saat bertransaksi secara digital. Sinyal yang kadang kurang memadai membuat transaksi elektronik yang harusnya bisa dilakukan lebih cepat justru memakan waktu lebih lama. Akibatnya, antrian belanja menjadi lebih panjang dan tidak terkendali.

Pada kondisi lain masalah server yang sering down juga sangat mengganggu aktivitas belanja elektronik oleh pengguna *e-money*. Utamanya pada kondisi mendesak dimana transaksi non tunai sangat dibutuhkan, keadaan ini membuat pengguna uang elektronik resah dan terpaksa menunda transaksi atau menggantinya dengan transaksi tunai. Masalah lain terjadi saat konsumen ternyata tidak memiliki uang *cash*, sehingga diharuskan melakukan penarikan tunai terlebih dahulu di ATM terdekat. Hal ini lah yang terjadi pada Dwi Sri Wijayanti, dibuktikan dengan pernyataannya:

“Saya lebih suka menggunakan *e-money*. Tapi saya selalu jaga-jaga dengan cash karena selain tidak semua toko bisa *cashless* mendukung pembayaran menggunakan uang elektronik. Selain itu transaksi elektronik kadang terjadi masalah seperti server eror dan gangguan signal yang sangat menghambat saat kondisi

⁹⁵ Ambarwati, wawancara oleh penulis, 4 Oktober 2020, wawancara 8, transkrip

mendesak. Saya beberapa kali mengalaminya”.⁹⁶

Pengalaman negatif diatas nantinya akan membentuk persepsi negatif dan ketidaknyamanan transaksi oleh konsumen. Jika pengalaman negatif meluas dan terjadi pada lebih banyak konsumen, citra dan persepsi konsumen terhadap uang elektronik akan buruk. Karena itu lah peneliti merasa masalah diatas seharusnya dapat segera ditanggapi baik oleh pihak Indomaret maupun pengelola layanan uang elektronik agar terwujud transaksi non tunai yang lebih baik kedepannya. Terlebih untuk mewujudkan nilai transaksi elektronik yang lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya, diperlukan kerjasama dari berbagai pihak untuk saling bahu membahu mengatasi keluhan dan masalah yang dialami *customer* dalam melakukan pembayaran non tunai.

Meski nilai transaksi uang elektronik mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya, fakta di Indomaret Klaling membuktikan bahwa nilai transaksi uang elektronik per harinya jauh lebih kecil dibandingkan transaksi tunai. Dengan rata-rata transaksi uang elektronik per harinya di angka 4jt an. Dan rata-rata total transaksi penjual harian sekitar 11 sampai 12jt an.⁹⁷

Selisih transaksi sekitar 8jt an atau setara dengan 3x lipat dari nilai transaksi tunai ini menunjukkan bahwa pertumbuhan transaksi non tunai di Indomaret Klaling Kudus masih belum optimal. Pernyataan ini didukung dengan bukti di lapangan dimana terjadi ketidakmerataan usia pada pengguna uang elektronik. Dimana mayoritas

⁹⁶ Devi Putri Nurwiyanti, wawancara oleh penulis, 19 Oktober 2020, wawancara 13, transkrip

⁹⁷ Muhamad Fadhil, wawancara oleh penulis, 1 Oktober 2020, wawancara 1, transkrip

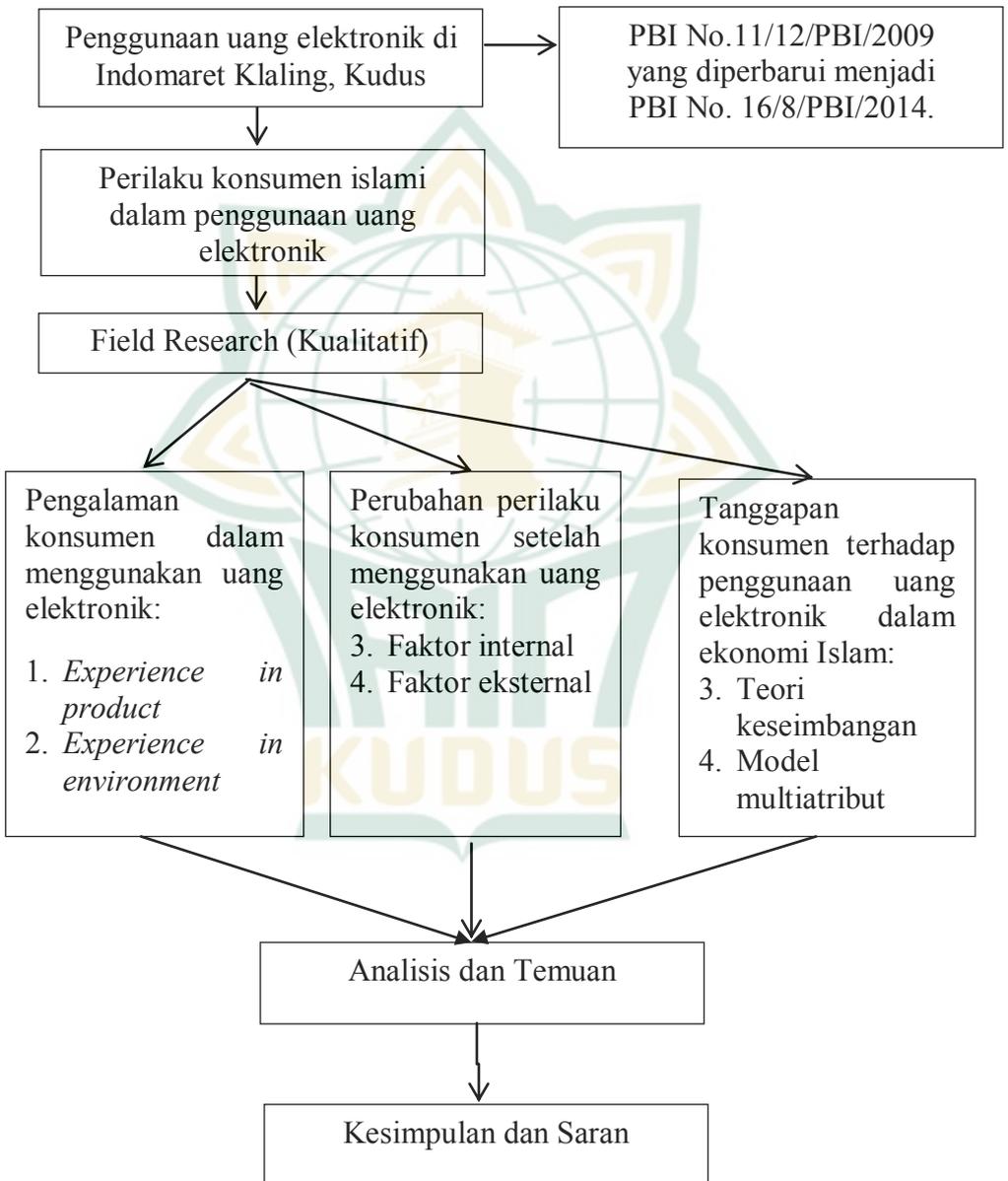
pengguna adalah generasi millennial dengan umur 20an keatas. Sedangkan untuk usia paruh dengan kebutuhan konsumsi utanya konsumsi rumah tangga yang seharusnya lebih besar, jumlah pengguna uang elektronik di usia ini justru lebih kecil.

Walaupun secara kalkulasinya pengguna uang elektronik mulai bertambah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya dan transaksi non tunai mulai diminati, lebih dari 50% transaksi masih terjadi secara tunai. Hal ini membuktikan bahwa ada sesuatu dibalik transaksi non tunai yang perlu diperbaiki sehingga paling tidak pengguna transaksi tunai dengan non tunai bisa seimbang. Atau, bahkan mewujudkan tingkat transaksi non tunai yang lebih tinggi agar tercipta *less cash society*.

Dapat disimpulkan bahwa di tengah keberhasilan berbagai pihak untuk mengenalkan uang elektronik dan menarik minat mereka untuk bertransaksi, hambatan dalam penggunaan uang elektronik di lapangan menjadi faktor penghambat yang nyata dalam perkembangan uang elektronik. Penanganan yang lebih cepat dan sigap dalam segala masalah yang dialami oleh konsumen dalam transaksi elektronik sangat menentukan perkembangan dan pertumbuhan transaksi kedepannya. Misalnya dengan mengelola server dengan baik, dan melakukan pemeliharaan berkala. Karena yang dibutuhkan selanjutnya adalah bagaimana agar kedepannya konsumen tetap konsisten bertransaksi dengan uang elektronik.

Selanjutnya konsep analisis pengalaman konsumen dapat digambarkan dalam skema berikut ini:

Gambar 4.2
Skema pengalaman konsumen dalam menggunakan
uang elektronik
di Indomaret Klaling



6. Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Akibat Penggunaan Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi di Indomaret Klaling Kudus

Adapun perubahan perilaku partisipan dalam penelitian disimpulkan peneliti menjadi beberapa poin dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Perubahan perilaku konsumen akibat penggunaan uang elektronik pada partisipan

No.	Perubahan perilaku konsumen		Faktor penyebab	Dampak
	Positif	Negatif		
1.	Semakin menyukai transaksi elektronik	-	Tindakan ekonomi rasional	Berkembang sebagai <i>trend</i> di masyarakat
2.	Penggunaan uang elektronik menjadi gaya hidup masyarakat	-	Interaksi konsumen dengan kelompok tertentu.	Secara perlahan akan terbentuk <i>less cash society</i> seperti yang diinginkan pemerintah.
3.	-	Minat belanja meningkat	Rangsangan strategi pemasaran & tindakan ekonomi irrasional	Pengeluaran meningkat, lebih konsumtif
4.	-	Diskon mempengaruhi keputusan pembelian	Rangsangan dari strategi pemasaran perusahaan.	Konsumen memilih barang diskon untuk kategori barang substitusi

Perilaku konsumen bersifat dinamis, dapat berubah sesuai dengan keadaan internal maupun stimulus yang diberikan oleh lingkungan. Sebagaimana teori Swastha dan Handoko, berikut adalah beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen dalam penelitian ini:

a. Perubahan akibat faktor internal

Beberapa faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen menurut Swastha dan Handoko adalah aspek teori ekonomi mikro dan aspek psikologis. Perubahan perilaku konsumen yang ditunjukkan akibat pengaruh teori ekonomi mikro dalam penelitian ini adalah tindakan konsumen yang secara rasional mempertimbangkan aspek manfaat dan kelebihan transaksi non tunai untuk bertransaksi. Karena itu lah konsumen melakukan penggunaan berulang terhadap transaksi uang elektronik untuk memaksimalkan kepuasannya. Tindakan ini sesuai konsep ekonomi yang menjelaskan tujuan dilakukannya konsumsi adalah untuk memaksimalkan total utilitas yang dimiliki individu.

Faktor internal yang berupa kondisi psikologis masing-masing individu seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, serta kepercayaan dan sikap dalam penelitian ini sangat menentukan bagaimana perilaku konsumen individu. Hal ini ditunjukkan dengan persepsi konsumen yang merasa penggunaan uang elektronik sebagai alat transaksi pembayaran digital yang cepat, simpel, dan aman sehingga mampu menjaga dan membantu transaksi yang dilakukannya. Sebagaimana yang disampaikan oleh partisipan:

“Saya menggunakan uang elektronik karena tertarik dengan kelebihanannya yaitu lebih simple, *cashless* dan lebih millennial. Untuk proteksi keamanan juga saya tidak khawatir karena saya yakin *e-money* yang saya gunakan ini aman”.⁹⁸

⁹⁸ Inneke Winata Yudha, wawancara oleh penulis, 17 November 2020, wawancara 11, transkrip.

Aspek internal diatas akan membentuk perubahan perilaku konsumen yang condong ke arah perubahan positif. Seperti membentuk konsumen yang lebih menyukai transaksi digital, membantu mengembangkan transaksi digital di masyarakat, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital.

b. Perubahan akibat faktor eksternal

Faktor eksternal pertama yang menyebabkan perubahan perilaku konsumen dalam penelitian ini adalah uang elektronik itu sendiri. Meskipun belum sepenuhnya seluruh transaksi serta merta dilakukan secara digital, hasil wawancara membuktikan penggunaan uang elektronik tetap berdampak pada perilaku konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, aspek manfaat yang didapatkan partisipan saat menggunakan uang elektronik menyebabkan perubahan konsumen dari yang gemar menggunakan *cash* menjadi lebih gemar bertransaksi secara digital. Seperti transaksi yang lebih mudah, cepat, praktis, dan multifungsi. Manfaat yang diberikan uang elektronik seperti kemudahan, kecepatan, dan diskon akan menarik minat dan membuat masyarakat meneruskan penggunaan terhadapnya.

Lingkungan sekitar yang maju, modern, berkembang, dan mulai akrab dengan transaksi digital mendorong partisipan untuk mau tidak mau mulai beradaptasi dengan sistem pembayaran elektronik. Uang elektronik lambat laun mulai berkembang sebagai *trend* di masyarakat sehingga mendorong partisipan untuk ikut andil berpartisipasi dalam *trend* positif ini. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Fahrudin Arori;

“Awalnya cuma mau mengikuti *trend* aja. Ternyata banyak manfaat akhirnya saya melanjutkan penggunaan”.⁹⁹

Selanjutnya *trend* penggunaan uang elektronik sebagai alat transaksi yang terus berkembang di masyarakat akan melahirkan gaya hidup *cashless*. Jika nilai transaksi terus meningkat dan pembayaran elektronik meluas ke berbagai aspek, gaya hidup *cashless* akan menciptakan *less cash society* sebagaimana yang diharapkan pemerintah. Untuk mewujudkan hal ini diperlukan literasi uang elektronik yang lebih gencar baik kepada masyarakat maupun kepada pedagang.

Rangsangan yang dibentuk oleh perusahaan dalam hal ini adalah kerjasama antara pihak Indomaret dan penyedia layanan uang elektronik membentuk perubahan perilaku konsumen secara irasional dalam berbelanja. Yang berdampak pada peningkatan pengeluaran dan gaya hidup konsumtif. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa 10 partisipan mengaku mengalami peningkatan pengeluaran akibat promo dan diskon setelah menggunakan uang elektronik. Sebagaimana pernyataan konsumen dalam wawancara, yakni;

“Sejak lebih banyak diskon dengan pembayaran uang elektronik saya jauh lebih konsumtif. Kadang barang belum habis, main beli aja mumpung diskon”.¹⁰⁰

Tindakan ini tidak mencerminkan ajaran perilaku konsumsi yang sesuai dengan syariat. Sebagaimana ajaran islam, konsumen muslim harusnya melakukan konsumsi berdasarkan tiga

⁹⁹ Fahrudin Arori, wawancara oleh penulis, 1 Oktober 2020, wawancara 5, transkrip

¹⁰⁰ Inneke Winata Yudha, wawancara oleh penulis, 17 November 2020, wawancara 11, transkrip

konsep. Yakni konsep keberkahan, konsep sosial, dan konsep kemanfaatan. Dengan menerapkan ketiga konsep perilaku konsumsi ini seorang muslim tidak akan menerapkan perilaku *tarf* (bermewah-mewahan), *israf* (melampaui batas), *tabdhir* (berlebih-lebihan). Sebagaimana yang diterangkan dalam QS. al-Furqan:67, yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا
وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.¹⁰¹

Penelitian sebelumnya oleh Novi Indriyani Sitepu juga menunjukkan pola konsumsi di Indonesia saat ini masih mengutamakan kepuasan dibandingkan nilai guna atau manfaat. Selain itu masyarakat juga terlanjur terbiasa menerapkan perilaku konsumtif dibanding perilaku konsumsi Islam sebagai kebiasaan dalam konsumsi. Padahal hal ini sangat bertentangan dengan ajaran Islam.¹⁰²

Setelah dikaji lebih lanjut, peningkatan pengeluaran konsumen setelah menggunakan uang elektronik terjadi kepada partisipan yang sering dan aktif bertransaksi menggunakan *e-money* yang mengalami kekurangan literasi keuangan. Mereka yang aktif bertransaksi secara digital cenderung berkeinginan untuk mendapatkan manfaat sebesar-besarnya dengan mengabaikan konsekuensi yang

¹⁰¹ Al-Qur'an, al-Furqan ayat 67, *Al-Qur'an Terjemah...*, 375.

¹⁰² Novi Indriyani Sitepu, “*Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia*”, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Volume 2 Nomor 1, Maret 2016, Hlm.104-105.

terjadi di depannya. Keinginan untuk mendapatkan keuntungan lewat kemudahan transaksi dan diskon mengabaikan efek boros sehingga pengguna uang elektronik tidak sempat melakukan pengelolaan keuangan yang justru bisa dilakukan lebih mudah melalui aplikasi uang elektronik.

Berbanding terbalik dengan konsumen yang menggunakan uang elektronik hanya untuk keperluan khusus seperti pembayaran tagihan, peningkatan pengeluaran tidak terjadi secara signifikan. Bahkan beberapa partisipan tidak mengalami peningkatan pengeluaran sama sekali.

Selain menyebabkan peningkatan pengeluaran, diskon juga mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja. Berdasarkan kutipan pernyataan dari Dwi Aeni di atas dapat peneliti simpulkan bahwa produk diskon akan lebih menarik perhatian. Sehingga dengan kualitas yang sama atau cenderung mirip konsumen akan memutuskan untuk membeli produk dengan harga diskon. Hal ini nantinya akan mempengaruhi loyalitas konsumen serta meningkatkan persaingan yang lebih ketat antar produk.

Namun hal ini tidak bisa terjadi pada kondisi tertentu. Misalnya produknya terlalu sensitif untuk disubstitusi sehingga dikhawatirkan penggantian produk dapat menyebabkan hal buruk seperti tidak cocok, ruam, dan efek lainnya. Seperti yang disampaikan oleh informan Ana Susetyo, yang menyatakan tidak bisa asal mengganti produk sensitif bayi nya meski diiming-imingi diskon.¹⁰³

Hasil analisis di atas membuktikan bahwa setiap perkembangan teknologi yang terjadi selalu memberikan dampak perubahan bagi masyarakat, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang.

¹⁰³ Ana Susetyo, wawancara oleh penulis, 17 November 2020, wawancara 15, transkrip

Dampak perubahan ini bisa dirasakan dari segi positif maupun negatif tergantung pada penggunaan masing-masing individu. Pemanfaatan teknologi dalam hal ini adalah uang elektronik secara bijak dan sesuai dengan norma atau aturan dapat mengendalikan dampak negatif yang ditimbulkan.

Contohnya dampak gaya hidup konsumtif saat menggunakan uang elektronik yang bisa dikontrol dengan melakukan *budgeting* dan pengelolaan keuangan secara teliti. Sehingga pengguna uang elektronik dapat lebih terfokus pada manfaat dan fungsi elektronik secara maksimal, dan meminimalisir dampak negatif yang ditimbulkan.

7. Analisis Tanggapan Konsumen terhadap Penggunaan Uang Elektronik dalam Prespektif Ekonomi Islam

Tabel 4.6

Tanggapan konsumen terhadap penggunaan uang elektronik dalam prespektif ekonomi islam

Berikut adalah analisis penggunaan uang elektronik sebagai alat transaksi berdasarkan prespektif Islam jika ditampilkan dalam bentuk tabel berikut:

No.	Aspek yang disoroti	Hasil penelitian	Komponen pembentuk tanggapan
1.	Kesesuaian uang elektronik dengan prinsip syariah	Sesuai. Karena terhindar dari riba, dan memiliki proteksi keamanan untuk menjaga dana yang tersimpan.	Kognitif dan afektif.
2.	Minat terhadap uang elektronik syariah	Masih rendah. Pengguna masih enggan beralih ke uang elektronik syariah	Afektif dan konatif

Tanggapan partisipan dalam penelitian ini cukup beragam. Hal ini disebabkan oleh sikap, persepsi, dan partisipasi masing-masing individu yang

tentu saja berbeda. Analisis data tanggapan konsumen terhadap penggunaan uang elektronik dalam prespektif Islam pada penelitian ini akan disesuaikan dengan Teori Multiatribut (*Multi Attribute Models*) menurut Loudon dan Bitta. Menurut Teori Multiatribut (*Multi Attribute Models*) tanggapan konsumen terhadap suatu produk ditentukan oleh tiga komponen yaitu; komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif. Dimana komponen kognitif merupakan hasil persepsi individu tentang produk barang atau jasa (pendapat, perbandingan, persepsi, ciri merek), komponen afektif yang merupakan perasaan dan reaksi emosional individu terhadap obyek (evaluasi, perasaan, emosi, pengaruh), dan komponen konatif yang menunjukkan kecenderungan individu untuk bertindak dengan cara tertentu terhadap obyek barang atau jasa.¹⁰⁴ Berikut pembahasannya berdasarkan dua aspek yang ditemukan dalam penelitian:

- a. Kesesuaian uang elektronik dengan prinsip syariah
Uang elektronik merupakan bentuk dari kemajuan peradaban dan perkembangan dunia, yang secara langsung juga berpengaruh kepada umat muslim. Dalam ajaran Islam pemanfaat teknologi seperti penggunaan uang elektronik tidak lah dilarang selagi dimanfaatkan secara positif, bijak, dan menghindarkan diri dari hal-hal buruk yang dilarang syariat.

Penelitian ini mencoba menggali tanggapan konsumen muslim terhadap penggunaan uang elektronik sebagai bentuk perkembangan teknologi dalam sudut pandang Islam. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan komponen kognitif yang membentuk tanggapan perilaku konsumen yang merupakan hasil persepsi individu tentang produk barang atau jasa. Hasil penelitian

¹⁰⁴ Rahman Dani, "Analisis Respon Konsumen Pada Kualitas Produk Kuliner (Kasus Restoran Ayam Penyet Pak Ulis Cabang Pekanbaru)"..., 7.

membuktikan bahwa persepsi partisipan tentang uang elektronik dalam prespektif Islam tidak terlalu terfokus dalam hukum halal-haramnya. Namun lebih ke bagaimana fungsi uang elektronik bisa dimanfaatkan pengguna dalam rangka memudahkan setiap transaksi pembayaran. Sebagaimana teori uang dalam prinsip ekonomi Islam yakni uang hanya berfungsi sebagai *medium of exchange* atau alat transaksi pembayaran.

Lebih lanjut saat digali mengenai pembahasan halal tidaknya uang elektronik, hampir seluruh partisipan setuju bahwa uang elektronik yang mereka gunakan halal karena tidak mengandung unsur ribawi. Terbukti dengan setaranya nilai pertukaran antara uang disetor dengan saldo yang didapatkan dalam akun uang elektronik pengguna. Uang elektronik merupakan bentuk transaksi tukar menukar uang, dimana jumlah dana yang disetorkan oleh pengguna ke pengelola harus sama dengan jumlah dana yang didapatkan dalam saldo uang elektronik. Jika jumlah ini tidak sesuai baru lah transaksi uang elektronik dapat digolongkan dalam bentuk *riba al-fadl*. Yakni tambahan yang diperoleh dari pertukaran barang sejenis, dalam konteks ini adalah pertukaran tidak seimbang antara uang dengan uang.¹⁰⁵

Persepsi lain yang membentuk tanggapan partisipan melalui komponen kognitif dalam penelitian ini adalah anggapan konsumen bahwa penggunaan uang elektronik sesuai dengan prinsip menjaga harta dalam *maqasid syariah*. Dibuktikan dengan fitur keamanan yang melengkapi uang elektronik dan bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti mengatur pin, autentifikasi melalui nomer handphone atau email, dan fitur keamanan tambahan seperti *finger print*. Tujuannya agar data

¹⁰⁵ Firmansyah dan Ihsan Dacholfany, *Uang Elektronik Dalam Prespektif Islam*, 235

pribadi pengguna dan dana yang tersimpan didalamnya terjaga dari bentuk kejahatan dan pencurian.¹⁰⁶ Dibuktikan dengan pernyataan responden, yakni:

“Dari segi kemanfaatannya saya rasa sesuai dengan prinsip masalah. Kemudian keamanan uang elektronik saya rasa sesuai dengan prinsip menjaga harta.”¹⁰⁷

Selanjutnya agar uang elektronik benar-benar bisa dipastikan sesuai dengan prinsip menjaga harta, perlu diperhatikan bagaimana penggunaan dan pengalokasikan dana oleh masing-masing partisipan. Menurut Ahmad Al-Mursi Husain Jauhar, 3 hal pokok yang perlu diperhatikan adalah pengumpulan harta dengan baik dan halal, pengalokasian dana dengan bijak, dan mengeluarkan dana yang dimiliki kepada orang lain (zakat, infaq, shadaqah). Ketiga aspek ini berdasarkan hasil penelitian sudah dilakukan oleh partisipan. Meskipun dalam prakteknya partisipan mengaku tidak bisa melakukannya dengan sempurna.

Meski uang elektronik dilengkapi dengan fitur keamanan yang cukup andal seperti *finger print*, PIN, dan verifikasi dengan nomor *handphone* dan email, 5 dari partisipan mengaku masih khawatir dengan keamanan dananya. Terlebih saat ini segala bentuk kejahatan elektronik bisa terjadi dan menyerang siapapun. Langkah terbaik untuk menghindari kejahatan ini adalah dengan tidak memberikan kode verifikasi, pin, dan kode keamanan apapun kepada orang lain.

¹⁰⁶ Afif Muamar dan Ari Salman Alparisi, “Electronic Money (*E-money*) dalam Perspektif Maqashid Syariah”, *Journal of Islamic Economics Lariba*, 80.

¹⁰⁷ M. Hafid Wahyu, wawancara oleh penulis, 4 Oktober 2020, wawancara 10, transkrip

Tanggapan lain partisipan mengenai kesesuaian uang elektronik dalam prinsip syariah dibentuk berdasarkan komponen afektif yang meliputi perasaan dan reaksi emosional individu sebagai hasil evaluasi terhadap obyek, yang meliputi perasaan, emosi, pengaruh dan tingkat merek. Dalam hal ini partisipan merasa bahwa uang elektronik dapat mendatangkan kemaslahatan bagi penggunanya. Masalah yang biasa dipahami sebagai sesuatu yang mendatangkan manfaat, kebaikan, keselamatan, dan faedah bisa didapatkan dari penggunaan uang elektronik sebagai alat transaksi. Lebih tepatnya bukan hanya memberikan manfaat di dunia namun juga diakhirat. Dimana konsep masalah uang elektronik dapat dilihat dari beberapa poin. Seperti kecepatan dan kemudahan transaksi hanya dalam satu aplikasi, terciptanya efisiensi, dan fitur uang elektronik yang juga mendukung donasi, infaq, zakat, dan sedekah (bergantung pada jenis uang elektronik).

Sebenarnya konsep masalah uang elektronik akan lebih maksimal jika konsumen menggunakan layanan uang elektronik syariah (*link aja*). Melalui aplikasi ini pengguna uang elektronik bukan hanya dapat berdonasi. Namun juga dapat melakukan zakat, infaq, wakaf, hingga memanfaatkan fitur tabungan haji. Berbeda dengan uang elektronik konvensional yang mana fitur layanan syariahnya cenderung terbatas.

Dibalik nilai-nilai kesyariahan yang bisa didapatkan konsumen dari penggunaan uang elektronik diatas, uang elektronik masih belum bisa menjaga muslim dari sifat boros dan tabdzir. Meski diketahui dalam fitur uang elektronik dilengkapi dengan pengelolaan dana dan keuangan, dalam prakteknya konsumen kurang memanfaatkan fitur ini sehingga hanya berfokus pada kemudahan dan kenyamanan transaksi. Akibatnya transaksi yang dilakukan menggunakan uang elektronik justru terjadi secara berlebihan

sehingga menyebabkan keborosan dan sifat *tabdzir*.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian oleh Afif Muamar dan Ari Salman Alparisi. Yang mana dalam penelitian Afif Muamar dan Ari Salman Alparisi selain uang elektronik sesuai dengan prinsip *maqashid syariah* (prinsip keamanan, kemanfaatan, dan kehalalan), uang elektronik juga mampu menjaga muslim dari sifat boros dan *tabdzir*. Sedangkan penelitian oleh penulis mendapatkan hasil yang sebaliknya. Dimana uang elektronik justru meningkatkan pengeluaran dan konsumsi partisipan yang secara aktif bertransaksi.¹⁰⁸

b. Minat partisipan terhadap uang elektronik layanan syariah

Minat partisipan dalam menggunakan uang elektronik layanan syariah dibentuk berdasarkan komponen afektif dan konatif. Awalnya partisipan akan melalui proses berfikir dan evaluasi tentang produk uang elektronik syariah dan non syariah. Selanjutnya akan terbentuk tanggapan konsumen berupa preferensi, dan kesetiaan individu terhadap merek.

Data hasil wawancara menunjukkan dari total 15 partisipan pengguna uang elektronik, sebanyak 12 partisipan menggunakan uang elektronik konvensional dan 3 partisipan lain menggunakan layanan uang elektronik syariah. Hal ini disebabkan karena berdasarkan hasil proses belajar partisipan tidak ada perbedaan antara bertransaksi menggunakan uang elektronik layanan syariah dengan non syariah. Keduanya sama-sama membantu mempercepat dan mempermudah transaksi yang dilakukan. Dengan fitur dan manfaat yang hampir mirip.

¹⁰⁸ Afif Muamar dan Ari Salman Alparisi, "Electronic Money (*E-money*) dalam Perspektif Maqashid Syariah", *Journal of Islamic Economics Lariba*, 82-83.

Pemikiran ini lah yang membentuk tanggapan berupa kecilnya minat pengguna untuk beralih ke layanan uang elektronik syariah. Padahal, dari 12 partisipan yang menggunakan uang elektronik non syariah mereka menyatakan bahwa sebenarnya mereka mengapresiasi peluncuran layanan uang elektronik syariah dan cukup tertarik dengan hal ini. Namun mereka merasa perlu memahami konsep, manfaat, dan benefit produk yang lebih mendalam. Setidaknya partisipan harus yakin bahwa layanan uang elektronik syariah memang lebih baik dan lebih menguntungkan. Sesuai dengan pernyataan partisipan, yakni;

“Jika fitur yang ditawarkan layanan uang elektronik syariah lebih bagus, mungkin nanti saya bisa beralih. Namun untuk sekarang saya terlanjur nyaman menggunakan i-saku untuk bertransaksi”¹⁰⁹.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa sebenarnya partisipan belum memahami dengan baik apa perbedaan antara penggunaan layanan uang elektronik syariah dengan uang elektronik konvensional. Karena jika dipandang dari segi fungsi dan manfaat transaksi untuk kehidupan kedua jenis uang elektronik ini memiliki fungsi dan fitur yang mirip, sebagaimana pada perbankan syariah dan konvensional. Lebih lanjut, penggunaan layanan uang elektronik syariah terkhusus pada penerapan prinsip syariah pada uang elektronik secara keseluruhan. Baik dalam penyimpanan dana yang disetor konsumen, kelengkapan fitur untuk transaksi zakat, infaq, shadaqah, hingga kerjasama dengan produsen dan pihak retail yang sama selalu dijaga dari produk

¹⁰⁹ Mariati, wawancara oleh penulis, 1 Oktober 2020, wawancara 4, transkrip.

ribawi dan barang haram. Singkatnya, benefit penggunaan uang elektronik syariah bukan hanya untuk kepentingan duniawi melainkan untuk mencapai keberkahan di akhirat.

Kutipan pernyataan Ibu Mariati diatas membuktikan bahwa dalam kegiatan transaksinya partisipan masih terlalu fokus dengan manfaat duniawi. Dengan hanya mengejar kemudahan dan benefit produk tanpa mempertimbangkan kemanfaatan akhirat yang bisa didapatkan saat menggunakan layanan syariah uang elektronik.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa meskipun seluruh partisipan adalah muslim, mereka telah terbiasa dengan hal-hal yang berbau konvensional. Baik dalam hal lembaga keuangan maupun penggunaan uang elektronik konvensional. Keterbiasaan ini lah yang kemudian membuat mereka merasa asing dengan fitur layanan keuangan syariah. Singkatnya, hal ini disebabkan karena kurangnya literasi tentang uang elektronik syariah dan pentingnya menggunakan layanan syariah bagi umat Islam. Bukan hanya demi mendapatkan manfaat di dunia namun juga di akhirat.

Solusi yang ditawarkan penulis terhadap masalah ini adalah dengan melakukan kerjasama dengan instansi atau sekolah setempat untuk melakukan literasi uang elektronik syariah. Mengingat jumlah lembaga pendidikan yang tersebar di sekitar kecamatan Jekulo cukup besar, dengan mayoritas basic nya adalah lembaga pendidikan keagamaan. Kerjasama dengan lembaga pendidikan memungkinkan literasi dapat dilakukan dengan optimal sehingga prinsip syariah dan kemaslahatan dunia akhirat bisa menjadi tujuan utama masyarakat dalam setiap transaksi yang dilakukan.