

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Elektronic money (Uang Elektronik) merupakan alat atau instrumen pembayaran non tunai yang relatif baru. E- Money memiliki beberapa kelebihan dibandingkan alat pembayaran elektronik lainnya, yaitu mengedepankan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi. Sebagai instrumen pembayaran yang baru di Indonesia, Perkembangan e-money mampu menciptakan trend *cashless society*, yaitu suatu perilaku masyarakat yang menggunakan transaksi non tunai dengan memanfaatkan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh alat-alat transaksi tersebut. (Ikaputera, 2012). Munculnya uang elektronik di latar belakang oleh Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018 yang sudah di revisi. sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *cashless society* di Republik Indonesia. Uang elektronik sendiri bertujuan memudahkan manusia dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi di kehidupannya terutama untuk transaksi keseharian. Selain tujuan tersebut Bank Indonesia juga dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang, baik uang kertas maupun logam. Penggunaan alat pembayaran non tunai juga dapat mencegah uang rusak atau basah. (Andhika Bayu Pratama d. , 2019)

Menurut (Ramadhani, 2016) Dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh

Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa mengatakan bahwa pengeluaran tingkat konsumsi merupakan nilai dasar yang dilakukan oleh seorang konsumen untuk membeli berbagai jenis kebutuhan dalam waktu tertentu. Dalam hal ini konsumsi dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu perkembangan teknologi. Dimana perkembangan teknologi pada saat ini berpengaruh pada sistem pembayaran, yang pada awalnya menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran kemudian berubah menjadi pembayaran non tunai.

Sebenarnya uang elektronik sama dengan uang tunai biasa. Hanya saja nilai dari uang tunai tersebut di konversikan kedalam format elektronis. Menurut (Firdauzi, 2017). Dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta”, mengatakan bahwa uang elektronik muncul sebagai jawaban atas kebutuhan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relatif murah, karena nilai uang yang disimpan dalam instrumen ini dapat di tempatkan pada suatu media tertentu yang mampu diakses dengan cepat maupun secara off-line, aman dan murah.

Tabel 1.1

Jumlah E-Money Beredar di Indonesia 2015-2019

Periode	2015	2016	2017	2018	2019
Jumlah Instrumen	34,314,795	51,204,580	90,003,848	167,205,578	292,299,320

Sumber: Bank Indonesia, Statistik Sistem Pembayaran

Berdasarkan tabel 1.1 dapat kita simpulkan bahwa kecenderungan pemakaian uang elektronik (e-money) semakin meningkat dan diminati oleh masyarakat kurang lebih lima tahun terakhir ini. Peningkatan yang cukup signifikan ditandai dengan penggunaan tertinggi pada tahun 2019 mencapai 292 juta satuan pengguna e-money. Penggunaan uang elektronik yang kian meningkat ini tentunya akan mengubah gaya hidup masyarakat dalam melakukan transaksi khususnya dalam pengeluaran konsumsi uang elektronik kini berkembang cukup pesat data dari Bank Indonesia (BI) menunjukkan nilai transaksi uang digital selama bulan Juli 2019 lalu total mencapai Rp 12,93 triliun. Angka ini melonjak 262,67% dibanding bulan yang sama di tahun 2018 yang hanya Rp 3,58 triliun. Transaksi uang elektronik pada bulan Juli lalu sekaligus merupakan nilai bulanan tertinggi sepanjang masa dengan volume transaksi 476,037,115 kali. Sedangkan nilai transaksi tertinggi sebelumnya terjadi pada bulan Mei 2019 sebesar Rp 12,81 triliun dengan Volume transaksi mencapai 422,602,216 kali. (Kontan.co.id)

Dengan demikian perkembangan Uang Elektronik di Indonesia sebagai salah satu alternative, alat pembayaran non tunai ini juga tidak hanya dalam bentuk kartu namun terdapat bentuk lainnya yang tersimpan di *smartphone*. Uang Elektronik tidak hanya diterbitkan oleh lembaga bank saja melainkan lembaga selain bank (LBS) sudah banyak menerbitkan uang elektronik misalnya, seperti perusahaan telekomunikasi, perusahaan keuangan, ataupun perusahaan transportasi. Beberapa produk uang elektronik yang diterbitkan bank antara lain, *Brizzi* dari BRI, kartu *Tap Cash* dari BNI, kartu *Jak Card* dari Bank DKI Jakarta, *Mega Cash* dari Bank Mega, *Nobu E-Money* dari bank National Nobu. Sedangkan penggunaan uang elektronik dapat digunakan melalui *smartphone*, atau pada

server biasanya seperti dompet digital seperti OVO, Gopay, LinkAja, DANA, Shoopepay dan masih banyak lagi. (Rachmadi, 2017).

Adanya perkembangan dari sistem pembayaran non tunai ini dapat membuat masyarakat lebih mudah untuk bertransaksi. Penggunaan uang elektronik ini sesuatu pilihan bagi masyarakat untuk menilai atau memilah sebuah tawaran gaya hidup, dimana ia harus menerima atau menolak sesuatu sesuai dengan kebutuhannya. Alat pembayaran non tunai (*e-money*) juga dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien maupun lebih ke konsumtif jika tidak bisa mengontrolnya. Seseorang akan membeli kebutuhannya dalam waktu tertentu dengan berdasarkan nilai yang ia keluarkan untuk belanja merupakan pengeluaran untuk konsumsi. Menurut Samuelson & Nordhaus dalam (Rofiqoh Daliyah, 2020) mengatakan bahwa konsumsi adalah konsumen yang membeli produk guna untuk dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai kapuasan. Sedangkan menurut Mankiw 2013 dalam jurnal (Rofiqoh Daliyah, 2020) mengatakan bahwa konsumsi merupakan kegiatan membelanjakan suatu produk yang dilakukan oleh para pelaku rumah tangga, produk disini dapat berupa jasa dan barang. Dengan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasannya konsumsi adalah kegiatan seseorang dalam memakai atau membelanjakan produk apa yang ia inginkan baik itu untuk membeli produk berupa jasa maupun barang supaya dapat terpenuhinya kebutuhan.

Peneliti melihat bahwa kemudahan, manfaat, serta promosi menjadi hal yang penting untuk di teliti sebagaimana menurut (Rofiqoh Daliyah, 2020) mengatakan bahwa perilaku konsumsi setiap orang pada dasarnya memiliki perbedaan dengan perilaku konsumsi orang lain. Hal ini, disebabkan karena perilaku konsumsi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu seperti faktor internal maupun faktor

eksternal. Faktor internal sendiri disini berasal dari konsumen sendiri misalnya, seperti selera konsumen, pendapatan konsumen, serta kebiasaan yang dilakukan konsumen. Sedangkan faktor eksternal memiliki kebalikannya dari faktor internal yaitu berasal dari lingkungan sekitar ataupun berasal dari luar konsumen itu sendiri misalnya seperti, kebudayaan dilingkungan sekitar, harga dari sebuah produk, serta status sosial. Tak terlepas dari faktor yang mempengaruhi konsumsi bahwasannya perilaku konsumsi itu harus menunjukkan arah yang baik serta bermanfaat, baik untuk diri sendiri maupun orang lain sesuai dengan ketentuan syariah.

Kehidupan lingkungan kampus membentuk karakter budaya sosial dan gaya hidup di kalangan mahasiswa. Setiap orang memiliki pola perilaku konsumsinya masing-masing ada yang mengarah pada konsumsi rasional dan kearah konsumsi irasional. Mahasiswa merupakan generasi milenial yang selalu mengikuti perkembangan zaman yang apabila membeli dan menggunakan suatu barang yang bermerek maka akan mengangkat harga dirinya sehingga seseorang akan merasa percaya diri. Maka dari itu kemudahan yang di dapat dari menggunakan uang elektronik tersebut mereka dengan mudah membelikan apa yang ia inginkan untuk kebutuhan sehari-hari.

Menurut (Meyrilliana Purba, 2020) dalam jurnalnya, mengatakan bahwa persepsi kemudahan itu menunjukkan seberapa jauh seseorang pengguna aplikasi berpendapat bahwasannya teknologi tersebut tidak memerlukan upaya yang rumit. Uang Elektronik memberikan banyak kemudahan terhadap para penggunanya, dimana kemudahan yang didapat itu menjadikan seseorang dengan mudahnya bertransaksi di berbagai merchan yang bekerja sama terhadap uang elektronik

tersebut. Sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi dari para penggunanya. Menurut (Ramadhani, 2016). Kemudahan yang didapat pada uang elektronik tersebut sejatinya bisa membuat dampak positif maupun negatif tergantung pada diri masing-masing. Dari pernyataan diatas bahwasanya dengan mempersepsikan adanya kemudahan dalam menggunakan uang elektronik tersebut dapat menciptakan pola yang positif juga dalam menggunakan uang elektronik, sebaliknya, jika mempersepsikan suatu kemudahan itu dengan negatif dengan beranggapan bahwa transaksi menggunakan uang elektronik ini bisa membelanjakan apa yang ia mau maka akan tercipta tindakan yang konsumtif.

Selain memberikan kemudahan Uang Elektronik juga memberikan kemanfaatan yang banyak bagi para penggunanya, dimana suatu manfaat itu pasti selalu dicari bagi setiap orang. Menurut (Ririn Rena Ariana, 2020). Mengatakan bahwa manfaat merupakan kepercayaan seseorang dimana ia memiliki sebuah gambaran atas suatu teknologi yang dapat meningkatkan pekerjaannya sehingga mereka meyakini bahwasannya teknologi tersebut bermanfaat bagi mereka. Dalam hal ini uang elektronik memberikan sebuah akses kecepatan bagi para penggunanya sehingga pengguna tersebut merasa bahwa uang elektronik dapat memberikan sebuah manfaat bagi dirinya.

Pada dasarnya kemanfaatan yang didapat pada uang elektronik tidak sejalan dengan pola perilaku konsumsi mahasiswa dimana dengan adanya manfaat dan kemudahan ini mahasiswa sangat memungkinkan untuk bertindak konsumtif dengan tidak memperdulikan apa yang sudah mereka beli dan mereka belanjakan pada produk-produk uang elektronik yang sudah bekerja sama dengan merchant

yang ada. Bukan atas dasar manfaat yang sudah di beli tetapi lebih mengedepankan gengsi demi menjaga harga diri.

Tak terlepas dari kemudahan dan manfaaf, uang elektronik sejatinya sangatlah memerlukan sebuah promosi walaupun dari banyaknya kemudahan dan manfaat yang di dapatkan sebab seseorang tertarik menggunakan sesuatu karena adanya sebuah promosi. menurut (Tjiptono, 2011:2019) dalam jurnal (Robiana Afiati Prasetya, 2020). Promosi merupakan suatu cara berkomunikasi yang memiliki tujuan untuk memperluas informasi, mengajak, mempengaruhi pelanggan serta meningkatkan permintaan pasar terhadap perusahaan dan produknya sehingga dapat menerima dan dapat membeli pada produk jasa yang disajikan. Menurut (Fitriani latiem, 2020) promosi bertujuan untuk mempengaruhi pembeli dengan cara menginformasikan, membujuk dan mengingatkan bahwasannya promosi merupakan sarana komunikasi eksternal penyedia jasa atau barang bertujuan untuk memotivasi pembeli agar melakukan transaksi.

Promosi yang di gunakan Uang Elektronik (E-money) dalam membangun persepsi masyarakat terhadap layanan yang dapat di peroleh dari sebuah jasa e-money, Dalam sebuah artikel (Kontan.co.id) mengatakan bahwa promosi yang ada dalam uang elektronik diantaranya banyaknya diskon maupun cashback, dua itu adalah promosi yang terkuat yang dilakukan uang elektronik, kemudian ada iklan, poster dan lain sebagainya. Menerapkan diskon atau potongan harga dalam transaksi mungkin akan sedikit memberatkan kepada perusahaan. Seperti pada PT Visionet Internasional atau yang lebih di kenal dengan OVO, mengatakan selain menerapkan staregi promosi dengan mengadakan promo, OVO juga menerapkan

biaya transaksi terbilang kecil dengan nominal Rp 2.500 tiap kali transaksi, dan juga lebih kompetitif sehingga menyebabkan transaksi yang terjadi lebih mudah dan aman.

Maraknya transaksi e-money di masyarakat khususnya pada mahasiswa dapat mempengaruhi perilaku dalam berkonsumsi, karena pada dasarnya mereka sangat mudah untuk mengeluarkan uangnya untuk membelanjakan barang maupun jasa sesuai dengan apa yang diinginkan, daripada harus membawa uang cash yang harus mengambilnya melalui mesin ATM yang itu memerlukan waktu dan tenaga yang membuat mahasiswa berfikir ulang untuk membeli barang tersebut. memang mudah transaksi dengan menggunakan uang elektronik (e money) tersebut tetapi bahayanya jika menimbulkan dampak yang kurang baik sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif bagi para mahasiswa. Dalam islam sendiri ada perilaku yang harus dijaga dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu berupa konsumsi yang tidak boros dan tidak berperilaku konsumtif, hal ini di tegaskan dalam Al-Quran surat Al –A’raf ayat 31 sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَشَرِبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

Artinya: “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”.

Menurut (Septiana A. , Vol. No. 2 Januari 2015) mengatakan bahwa dalam konsumsi memiliki batasan bukan hanya memperhatikan aspek kehalalan ataupun keharaman, melainkan pula yang patut diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, sehat, dan tidak menjijikan. Larangan israf atau larangan bermegah-

megahan. Dan begitupula batasan konsumsi dalam islam tidak hanya berpacu pada makanan ataupun minuman saja, akan tetapi juga mencakup jenis komoditi lainnya misalnya membeli pakain, termasuk juga tidak dianjurkan untuk berperilaku israf atau berlebih-lebihan.

Dalam hal ini mahasiswa adalah menjadi bagian dari generasi milineal. Oleh karena itu, perlu adanya pemahan yang kritis terhadap kegiatan konsumsi agar tetap berada pada jalan yang telah ditentukan sesuai dengan tuntunan syariat. Mahasiswa juga sama dengan masyarakat lainnya, dimana mahasiswa juga melakukan kegiatan berkonsumsi agar supaya tercapainya susatu kebutuhan. Hal ini membuat kegiatan konsumsi pada mahasiswa cenderung berbeda-beda. Besarnya mahasiswa dapat mempengaruhi perilaku konsumsi dalam jangka waktu yang panjang. Saat ini mahasiswa tergolong dalam tahap yang berkembang baik secara mental maupun materi, dimana dengan kriteria usia dari 18 sampai dengan 25 tahun. Pada tahap berkembang ini mahasiswa dalam digolongkan sebagai remaja akhir sampai dewasa awal dilihat dari perkembangan mahasiswa itu sendiri. (Yusuf 2012: 2) dalam jurnal (Rofiqoh Daliyah, 2020). Selain itu juga sebagai remaja yang mandiri mahasiswa juga dapat mengatur pola kebutuhannya dalam berkonsumsi dan juga pendapatan yang ia peroleh bersumber dari orang tua maupun hasil pendapatannya sendiri, sehingga kegiatan ekonomi mahasiswa terkadang mempunyai sikap yang kurang baik.

Peneliti meninjau dari penelitian terdahulu bahwasannya penggunaan uang elektronik tersebut selalu dikaitkan dengan tindakan berkonsumsi secara tidak rasional khususnya dari kalangan mahasiswa. Seperti yang di ungkapkan dalam jurnal (Rofiqoh Daliyah, 2020) bahwasannya perilaku konsumsi mahasiwa dalam

menggunakan aplikasi e-money untuk bertransaksi yang dimana ia mendapatkan potongan harga, cashback maupun masa berlaku yang tidak terbatas menjadikan mahasiswa itu dominan berperilaku konsumtif. Dari rujukan diatas bahwasannya perilaku konsumsi dari mahasiswa itu sendiri selalu mengarah pada hal yang kurang baik. Maka dari itu peneliti ingin memastikan apakah perilaku konsumsi secara irasional itu dapat terjadi kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan latar belakang mahasiswa yang berdomisili di Yogyakarta dimana mereka tidak banyak memikirkan akan kebutuhan sehari-hari mereka seperti tempat tinggal, makan dan lainnya karena mereka hidup bersama orang tuanya.

Peneliti memilih objek penelitian mahasiswa di kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta karena, UMY merupakan Universitas swasta terbaik di Yogyakarta dengan mayoritas mahasiswanya beragama Islam. Tentu disini sangat diharapkan dengan adanya pengetahuan suatu tindakan konsumsi yang baik secara syariah, bahwasannya berkonsumsi yang baik itu tidak berlebih-lebihan, dan tidak bermewah-mewawahan asalkan berkonsumsi dengan berlandaskan moralitas, keadilan, kebersihan, kesederhanaan dan kemurahan hati maka akan sejalan dengan aturan yang ada di dalam Agama Islam.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumsi Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**”

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka dapat mengidentifikasi berbagai masalah dalam penelitian yaitu

1. Uang elektronik sebagai salah satu perkembangan dunia digital, yang mana hal ini dapat menyebabkan perubahan dalam sistem transaksi semula menggunakan uang tunai dan sekarang beralih dengan menggunakan uang elektronik. Namun pada dasarnya perubahan ini dapat mengakibatkan juga perubahan pola konsumsi masyarakat khususnya pada mahasiswa.
2. Kemudahan, manfaat serta promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumsi pengguna uang elektronik secara rasional maupun tidak rasional

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kemudahan, manfaat, dan promosi terhadap perilaku konsumsi pengguna uang elektronik pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan, manfaat, dan promosi terhadap perilaku konsumsi pengguna uang elektronik pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta secara simultan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok pembahasan yang telah disebutkan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel kemudahan, manfaat dan promosi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pengguna uang elektronik pada mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta secara parsial maupun simultan .

E. Manfaat Penelitian

a. Manfaat bagi peneliti

Peneliti dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam mempraktikkan apa yang sudah di dapat dalam masa perkuliahan, serta untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumsi dalam Islam.

b. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi rujukan untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumsi dalam Islam dan untuk menyempurnakan topik penelitian mengenai fenomena penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumsi agar lebih luas lagi.

c. Manfaat Bagi Akademis

Penelitian ini berguna untuk mengembangkan teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen maupun gaya hidup, dan berguna untuk asset pustaka dan dimanfaatkan oleh akademisi untuk bahan pembelajaran maupun informasi seputar penga