

ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BERULANG MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN TRANSAKSI *CASHLESS* PADA APLIKASI SHOPEEPAY

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Studi Islam Uniska MAB)

Erlin Diana Noor¹, Akhmad Hulaify², Iman Setya Budi³

Ekonomi Syariah, 60202, Ekonomi Syariah, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NPM. 18510030

Ekonomi Syariah, 60202, Ekonomi Syariah, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NIK. 061004338

Ekonomi Syariah, 60202, Ekonomi Syariah, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NIK. 061506777

Email : erlindiananoor01073@gmail.com

ABSTRAK

Populasi pada studi ini yakni mahasiswa Studi Islam Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari untuk menggunakan transaksi *cashless* pada aplikasi ShopeePay. Sampel menggunakan *Simple Random Sampling* sebanyak 100 responden. Hasil penelitian disimpulkan bahwa berulang mahasiswa Fakultas Studi Islam Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari dalam menggunakan transaksi *cashless* pada aplikasi ShopeePay dalam perspektif manajemen syariah dapat ditinjau dari aspek kebutuhan konsumen akan memiliki nilai islami jika mengkonsumsi barang yang bermanfaat dan halal. Terdapat pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap minat penggunaan berulang mahasiswa Fakultas Studi Islam Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari untuk menggunakan transaksi *cashless* pada aplikasi ShopeePay dengan nilai signifikansi $< 0,05$.

Kata Kunci: *Minat, Kemudahan, Keamanan, ShoppePay*

ABSTRACT

The population in this study is Islamic Studies student at the Islamic University of Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari to use cashless transactions on the ShopeePay application. The sample using Simple Random Sampling as many as 100 respondents. The results of the study concluded that repeated students of the Faculty of Islamic Studies at the Islamic University of Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari in using cashless transactions on the ShopeePay application in a sharia management perspective can be viewed from the aspect of consumer needs that will have Islamic values if they consume useful and halal goods. There is an influence of convenience and security on the interest in repeated use of students of the Islamic Studies Faculty, Islamic University of Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari to use cashless transactions on the ShopeePay application with a significance value of < 0.05 .

Keywords: *Interest, Ease, Security, ShoppePay*

PENDAHULUAN

Financial technology yang tumbuh paling cepat di Indonesia adalah sektor pembayaran. Metode pembayaran merupakan salah satu elemen yang termasuk dalam sektor pembayaran. Metode pembayaran yang berkembang di mahasiswa Fakultas Studi Islam Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari saat ini adalah pembayaran berbasis digital (*cashless*). Menurut Bank Indonesia, ada dua jenis metode pembayaran nontunai, yaitu uang elektronik dan dompet elektronik. Uang elektronik atau *electronic money* adalah metode pembayaran berbasis *chip (offline)*, sedangkan dompet elektronik atau digital wallet adalah metode pembayaran berbasis *server (online)*.

Data yang tertera di website BI (www.bi.go.id) menunjukkan statistik Bank Indonesia menunjukkan jumlah nominal uang elektronik yang beredar pada triwulan I tahun 2021 mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Pada bulan Januari terlihat kenaikan sekitar 41%, bulan Februari mengalami kenaikan sebesar 43% dan bulan Maret mengalami kenaikan sebesar 42.5 % dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2020. Dan dari informasi yang saya peroleh dari situs Kominfo, dikatakan bahwa penggunaan data suara dan internet meningkat sekitar 5% hingga 10%. Di masa pandemi ini, pemerintah juga melarang kontak fisik dengan orang lain, seperti berjabat tangan, untuk mencegah penyebaran COVID19. Inilah sebabnya mengapa orang beralih ke dompet elektronik sebagai metode pembayaran karena tidak memerlukan kontak fisik dengan penjual¹.

Dengan semakin banyaknya atau bertumbuhnya pengguna internet melalui *smartphone*, hal ini menjadikan pembayaran non tunai yang berbasis *server* lebih banyak digunakan di kalangan masyarakat. Data yang tertera

¹ D. Hendarsyah, *Penggunaan Uang Elektronik dan Uang Virtual*, Website STIE Syariah Bengkalis, www.bi.go.id_penggunaan uang elektronik dikutip pada tanggal 03 Maret 2022

- yang memiliki presentase rendah dalam hal customer merasa tidak terdapat kendala saat melakukan proses transaksi menggunakan ShopeePay.
2. Pada penelitian mendatang, disarankan untuk menambah variabel-variabel independen lain maupun indikator-indikator lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan transaksi *cashless* pada aplikasi ShopeePay. Hal ini dimaksudkan agar dapat memberi hasil gambaran yang lebih luas lagi mengenai permasalahan yang sedang diteliti, sehingga memberikan nilai koefisien determinasi yang lebih baik lagi

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Andriyano, Y. (2016). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Jurnal. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Bhaskoro, A.J (2013). *Survey:Orang Indonesia Saat ini Familiar Dengan E-money Namun Masih enggan Untuk Menggunakannya*. <https://dailysocial.id/post/survey-emoney-indotelkom> Diakses pada 03/04/2022 pukul 20:15
- Chaniago, A. (2002). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Bandung:Pustaka
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*.Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Dra. Sryono,H. (2014). *Metode Analisis Statistik:Pendoman Praktis, Dalam Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta:Ombak
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hakim, F. H. (2016). *Analisis Potensi dan Preferensi yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menggunakan E-money*.Skripsi. Yogyakarta:Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Hartono, (2016). *SPSS 16.0 Analisis data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar
- Hidayah. (2006). *Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-money*. Bank Indonesia
- Hidayati, S. (2016). *Operasional E-Money*.Bank Indonesia.
- Hilmawan,A. (2017). *Minat Masyarakat Terhadap Uang Elektronik Masih Minim*. <http://sekuritas.co.id/minat-masyarakat-terhadap-uang-elektronik-masihminim/> . Diakses pada 21/10/2020 pukul 20:12
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi. Lucky. (2017). *Pengguna E-toll Masih Rendah*. <http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2017/06/24/720603/pengguna-etoll-masih-rendah>. Diakses pada 21/10/2020 pukul 19:56.
- Librianty, A. (2016). *Tantangan Wujudkan Gerakan Nasional Non Tunai*. <http://tekno.liputan6.com/read/2609031/tantangan-wujudkan-gerakannasional-non-tunai> .Diakses pada 12, Mei 2017 pukul 23:45
- Mutia, S.P.T. (2014). *Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Tingkat Pemahaman terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. Skripsi. Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Panji.A. (2014). *Demi E-money, Perbankan dan Telekomunikasi Harus Bersatu*. <http://tekno.kompas.com/read/2014/06/11/1721520/Demi.EMoney.Perbankan.dan.Telekomunikasi.Harus.Bersatu>.
- Pasaribu, Y.A. (2015). *Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Kabupaten Tapanuli Utara terhadap Penggunaan Pembayaran Non Tunai*. Skripsi. Medan:Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Peter, J.P. dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid 1*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Prasetyo, A.B. (2014). *Pengaruh Kemudahan dan Kemanfaatan Website Terhadap Kinerja (Survei pada Karyawan Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Timur (KOMINFO JATIM))*. Jurnal. Malang:Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.
- Prof. Nasution, R. (2003). *Teknik Sampling*.Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara.
- Purnama, C.A. (2012). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Harga Terhadap Minat Beli Etoll Card Bank Mandiri (Studi Kasus pada Penggunaan Jalan Tol di Kota Sematang)*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Prof. SKM. Nasution. R (2003). *Teknik Sampling*.Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara.

- Quthbi, Z.H. (2016). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Privasi Kecukupan Informasi dan Kesenangan Bertransaksi terhadap Keputusan menggunakan E-Money pada Bus Trans Jogja. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Riko, T. (2006). Analisis Tingkat Pemahaman Wajib Pajak Badan dan Fiskus terhadap Perencanaan dan Penggelapan Pajak pada KPP Padang. Skripsi : Fakultas Ekonomi Universitas Andalas
- Saraswati, P. (2013). Penerimaan E-Commerce: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko. Skripsi. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Setiadi, M. & Chairy. (1998). Metode Penelitian Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sudarsono, Drs. S. H. 1995. Kenakalan Remaja. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sulistyo, J. (2010). 6 Hari Jago SPSS 17. Yogyakarta: Cakrawala.
- Sumolang, R.M. (2016). Analisis Uang Elektronik (E-money) di Indonesia. Skripsi. Makasar: Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin
- Sugiyono (2015) Metodologi Penelitian Bisnis, PT. Gramedia, Jakarta