

SKRIPSI

***CASHLESS SOCIETY* TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM
(Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019)**

Oleh :

**SEPTIANA
NPM. 1903010062**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

***CASHLESS SOCIETY* TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM
(Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh :

SEPTIANA
NPM. 1903010062

Pembimbing : Hotman, M.E.Sy.

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H/2023 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan Untuk dimunaqosyahkan Saudari Septiana**

Kepada Yth,
Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Metro

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara :

Nama : SEPTIANA
NPM : 1903010062
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : CASHLESS SOCIETY TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 16 Maret 2023
Dosen Pembimbing


Hotman, M.E.Sy
NIDN. 2011098002

HALAMAN PERSETUJUAN

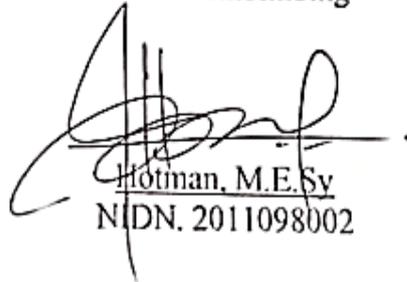
Judul Skripsi : CASHLESS SOCIETY TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM
(Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro
Angkatan 2019)

Nama : SEPTIANA
NPM : 1903010062
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Metro, 16 Maret 2023
Dosen Pembimbing



Hotman, M.E. Sy
NIDN. 2011098002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: B-1147/In-28.3/J/PP.00-9/04/2023

Skripsi dengan judul: "CASHLESS SOCIETY TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019)". Disusun oleh: Septiana, NPM. 1903010062, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat, 31 Maret 2023

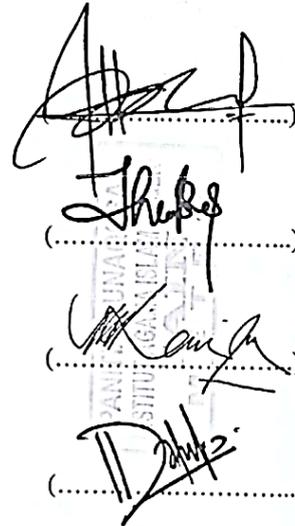
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Hotman, M.E.Sy

Penguji 1 : Hermanita, M.M

Penguji 2 : Reonika Puspita Sari, M.E.Sy

Sekretaris : Primadatu Deswara, SKM., MPH.


.....
.....
.....
.....

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611199803 2 001

ABSTRAK

CASHLESS SOCIETY TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019)

Oleh : SEPTIANA

Perkembangan *financial technology* (fintech) memunculkan inovasi baru untuk memaksimalkan penggunaan alat pembayaran non tunai sehingga nantinya tercipta *cashless society*. *E-wallet* memudahkan mahasiswa dalam setiap kegiatannya banyak keunggulan yang ditawarkan akhirnya mempengaruhi perilaku konsumen mahasiswa, juga dikhawatirkan terdorongnya transaksi yang tidak terencana sehingga mahasiswa kurang sadar akan pengeluaran yang dilakukan. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses perilaku konsumen mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* dan perilaku konsumen mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* perspektif etika konsumsi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif. Sumber data primer dalam penelitian ini mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 yang sudah menggunakan *e-wallet*. Pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan analisis data dengan teknik induktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini yaitu dalam proses perilaku konsumen mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet*, yaitu: 1) pengenalan masalah (fleksibel dan kemudahan), 2) sumber pencarian informasi (sumber pribadi: teman dan sumber komersil: iklan di media sosial dan *youtube*), 3) keputusan penggunaan (terkoneksi banyak *e-commerce*, biaya admin murah, *e-wallet* yang dipilih: DANA, Spaylater, Shopeepay, OVO, Gopay dan Seabank), 4) pasca penggunaan (tingkat kepuasan dari manfaat fitur dan penggunaan ulang). Perilaku konsumen dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* dilihat dari etika konsumsi Islam belum maksimal. 3 dari 7 informan merasa cenderung boros konsumen tidak membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengambil keputusan dalam melakukan transaksi dengan *e-wallet* sehingga membentuk sikap berbelanja tanpa memikirkan akibat atau impulsif, kebanyakan informan tertarik untuk membeli produk saat ada promo sehingga menjadi konsumtif serta gaya hidup yang dimiliki informan cukup tinggi dan selalu mengikuti trend, manfaat penggunaan *e-wallet* belum sepenuhnya mendominasi terciptanya *cashless society* sebab *e-wallet* masih menjadi opsi pembayaran pendukung dalam berkonsumsi.

Kata Kunci : *Cashless Society, Perilaku Konsumen, Etika Konsumsi Islam*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SEPTIANA
NPM : 1903010062
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya terkecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 31 Maret 2023
Mahasiswa Peneliti



SEPTIANA
NPM.1903010062

MOTTO

﴿يَبْنَىِٔ اءَمَّ ءُءُوَا زِيْنَتِكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ 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 (Qur'an Kemenag In MS. Word 2019, Q.S. Al-A'raf 7:31).

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, saya mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Kiyatno dan Ibu Mujilah terima kasih atas doa yang dilantarkan tiada henti, rasa kasih sayang, kesabaran, dukungan, serta perjuangan yang tiada batas kepada peneliti baik secara moral maupun secara material. Terimakasih atas nasehat, kepercayaan, dan perhatian yang selalu diberikan kepada peneliti sehingga peneliti bisa sampai ke titik ini.
2. Kepada keluarga besar, Nenekku Waginem dan Kakak-kakak ku yang tersayang Widi Yatno, Eli Wiranti dan Heny Dwi Agustina yang peneliti cintai, terimakasih atas doa serta dukungan yang tiada henti kepada peneliti.
3. Untuk diriku sendiri terima kasih sudah selalu kuat, optimis, dan berjuang demi mengejar cita-cita. Terimakasih sudah sekuat ini untuk menyelesaikan skripsi dan tidak pernah menyerah untuk setiap prosesnya.
4. Untuk sahabat seperjuangan sekaligus keluarga. Salsa Tifany Agusty, Indah Nofri Lia, Ulia Tirafike Arbalen, Miftakhul Alifah, Esi Efita dan Mudahatus Sholihah. Terimakasih telah menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan tugas dan skripsi ini dan menjadi keluarga baru di kos selama menjalani kehidupan masa perkuliahan.
5. Untuk teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2019 khususnya kelas B yang telah membantu membentuk karakter dan mewarnai aktivitas perkuliahanku.
6. Serta kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin Puji Syukur kehadiran Allah SWT, atas taufik dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***Cashless Society Terhadap Perilaku Konsumen Perspektif Etika Konsumsi Islam (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019)***. Tidak lupa pula shalawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua.

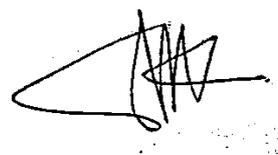
Dalam upaya penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah menyediakan waktu dan bimbingannya yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memotivasi peneliti kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.PIA selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Siti Zulaikha, S.Ag., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Kepada pihak Bank Indonesia kpw Lampung, yang telah memberikan beasiswa Bank Indonesia kepada peneliti, sehingga peneliti bisa terbantu dalam menyelesaikan studi di IAIN Metro.
5. Bapak Hotman, M.E.Sy, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam mengarahkan yang sangat berharga kepada peneliti.

6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Syariah beserta jajarannya yang dengan ikhlas memberikan banyak ilmu kepada penulis untuk menyelesaikan studi di IAIN Metro.
7. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
8. Kepada Almamater tercinta IAIN Metro yang menjadi tempat peneliti menuntut ilmu serta memperdalam Ilmu Ekonomi Syariah.
9. Serta rekan-rekan seperjuangan yang telah membantu dan membentuk karakter dan mewarnai aktivitas perkuliahanku.

Dengan demikian kritik dan saran sangat diharapkan bagi peneliti guna sebagai perbaikan skripsi ini. Dan semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Metro, 31 Maret 2023
Peneliti,



SEPTIANA
NPM.1903010062

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Penelitian Relevan.....	6

BAB II LANDASAN TEORI

A. Cashless Society (Masyarakat Tanpa Uang Tunai)	10
B. E-wallet (Dompet Digital).....	12
1. Pengertian E-wallet	12
2. Jenis-jenis E-wallet	13
3. E-wallet Dalam Pandangan Islam	16
C. Perilaku Konsumen	18

1. Pengertian Perilaku Konsumen	18
2. Proses Pembentukan Perilaku Konsumen	19
3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	21
D. Etika Konsumsi Islam	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian.....	31
B. Sumber Data.....	32
C. Metode Pengumpulan Data.....	34
D. Teknik Uji Keabsahan Data	35
E. Teknik Analisis Data.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
1. Sejarah Singkat Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro.....	39
2. Visi dan Misi FEBI IAIN Metro	43
3. Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro.....	44
B. Hasil	46
1. Proses Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi <i>Cashless</i> menggunakan <i>e-wallet</i>	46
2. Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi <i>Cashless</i> menggunakan <i>e-</i> <i>wallet</i> Perspektif Etika Konsumsi Islam.	58
C. Pembahasan.....	65
1. Proses Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi <i>Cashless</i> menggunakan <i>e-wallet</i>	65
2. Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi <i>Cashless</i> menggunakan <i>e-</i> <i>wallet</i> Perspektif Etika Konsumsi Islam	69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019.....	45
Tabel 4.2 Aspek pendorong pengenalan masalah <i>e-wallet</i>	48
Tabel 4.3 Sumber pencarian informasi <i>e-wallet</i>	50
Tabel 4.4 Alternatif <i>e-wallet</i> yang dipertimbangkan	51
Tabel 4.5 Keputusan pemilihan <i>e-wallet</i> yang tepat	54
Tabel 4.6 Kepuasan dalam penggunaan <i>e-wallet</i>	56
Tabel 4.7 Uang saku dan pekerjaan	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Perilaku Konsumen.....	19
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Bimbingan Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Lulus Uji Plagiasi
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi
10. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Uang sebagai alat transaksi pembayaran dapat dilihat dalam bentuk tertentu, seperti uang logam dan uang kertas. Namun, seiring perkembangan *financial technology* (fintech) memunculkan inovasi baru dalam penyelenggaraan transaksi pembayaran secara elektronik, untuk memaksimalkan penggunaan alat pembayaran non tunai sehingga nantinya tercipta *cashless society*.¹ Kemudahan dan kecepatan teknologi ini telah mendorong orang untuk mengadopsinya dalam kehidupan sehari-hari. Ditambah lagi dengan penemuan *smartphone* yang memungkinkan orang untuk menggunakan aplikasi pembayaran elektronik langsung dari tangan mereka.² Perkembangan uang elektronik didukung dengan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang telah dicanangkan oleh Bank Indonesia pada 14 Agustus 2014.

Bank Indonesia menjadikan GNNT sebagai gerakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai sehingga seiring berjalannya waktu kesadaran tersebut menjadi adat dan budaya masyarakat dalam transaksi kegiatan ekonominya.³ Sejak berlakunya uang elektronik di Indonesia, kini tersedia dua jenis uang elektronik berbasis

¹ Aneke Nurdian Dwi Sari et al, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumen," *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6, No. 1 (2020): 1.

² Anggar Riskianto et al, "The Moderation Effect of Age on Adopting E-Payment Technology," *Procedia Computer Science* 124 (2017): 536.

³ Bank Indonesia, "Apa Itu Elektronifikasi," dalam www.bi.go.id. diakses pada 6 November 2022.

chip dan *server* yang beredar di Indonesia. Uang elektronik berbasis *chip* biasanya diterbitkan dalam bentuk kartu yang dikeluarkan oleh bank sedangkan, uang elektronik berbasis *server* dikenal dengan *e-wallet* yang merupakan layanan elektronik yang dikeluarkan perusahaan *fintech* untuk menyimpan data instrumen pembayaran yang pengoperasiannya dengan memanfaatkan jaringan internet yang di dalamnya terdapat nominal uang untuk memudahkan konsumen ketika melakukan transaksi non tunai. *E-wallet* memungkinkan konsumen menyimpan uang fisik mereka dalam bentuk digital.⁴

Menurut penelitian dari Director Customer Experience Ipsos Indonesia, 68% kalangan muda menggunakan *e-wallet*, dalam hal ini mahasiswa menjadi bagiannya dikarenakan tingkat produktivitasnya jauh lebih aktif dibanding kalangan lain. Banyaknya pengguna *e-wallet* juga tentunya didorong akan kelebihan yang ditawarkan seperti, cara pembayaran lebih cepat, memudahkan pencatatan keuangan karena terdapat riwayat transaksi, dan juga menawarkan potongan harga atau *cashback* sehingga menjadi hal yang menarik pengguna untuk menggunakan layanan tersebut. Namun, adanya kelebihan juga tentunya terdapat kekurangan dimana penggunaan *e-wallet* hanya terbatas pada merchant yang dijadikan partner, ketimpangan jaringan layanan internet yang juga mempengaruhi kelancaran bertransaksi.⁵

⁴ Ni Made Ayu Dwijayanti et al, "Penggunaan Sistem Pembayaran E-money Berbasis Server Untuk Mendukung Gerakan Cashless Society Pada Generasi Milenial," *E-jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 11, No. 10 (2022): 1270.

⁵ Sri Widiyanti et al, "Identifikasi Rintangan Penggunaan E-wallet di Semarang," *Admisi dan Bisnis* 22, No. 11 (2021): 248.

E-wallet juga dapat mengatur pola hidup efisien maupun lebih konsumtif. Adanya penggunaan *e-wallet* ini dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam berkonsumsi karena kemudahan dalam bertransaksi membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya. Perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam memilih dan memutuskan beberapa alternatif produk barang atau jasa untuk selanjutnya dibeli dan dimiliki.⁶ Proses ini merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas lima tahap yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan pasca pembelian. Seorang muslim berkonsumsi dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya dalam Islam telah diatur agar membawa manusia ke konsumsi yang berguna bagi kemaslahatan ketika melakukan konsumsi berdasarkan etika konsumsi Islam berpedoman pada menghindari *israf* (pemborosan), memperhatikan kebutuhan, dan memperhatikan *maslahah*.

Berdasarkan data dilapangan mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 terdapat permasalahan dimana mahasiswa belum semua paham akan manfaat yang ditawarkan, ada yang berfikir secara positif dan negatif terhadap penggunaan *e-wallet* dalam memenuhi kebutuhan konsumsi. Mahasiswa diantaranya gemar berbelanja di *e-commerce* menggunakan *e-wallet* karena kemudahan dalam bertransaksi, fleksibel. Namun, adanya kemudahan tersebut justru mendorong sikap boros pada beberapa mahasiswa, juga karena banyaknya promo yang ditawarkan sehingga mereka terus-

4. ⁶ Rudi Irwansyah et al., *Perilaku Konsumen* (Bandung: CV. Widina Bhakti Persada, 2021),

menerus menggunakan *e-wallet* dan membeli segala sesuatu tanpa memikirkan akibat sehingga timbul sikap impulsif. Permasalahan tersebut juga didukung gaya hidup kalangan muda saat ini khususnya mahasiswa memang mengedepankan hal-hal yang *up to date*.⁷ Sehingga *e-wallet* juga dikhawatirkan terdorongnya transaksi yang tidak terencana dan mahasiswa kurang sadar akan pengeluaran yang dilakukan.⁸

Penelitian ini dirasa penting dilakukan dan ditemukan jawabannya dikarenakan akan membahas proses perilaku konsumen yang dialami mahasiswa dengan adanya perkembangan *fintech* yakni transaksi secara *cashless* menggunakan *e-wallet*. Pada penelitian ini juga membahas bagaimana perilaku konsumen bertransaksi secara *cashless* menggunakan *e-wallet* dari sudut pandang etika konsumsi Islam. Maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “*Cashless Society* Terhadap Perilaku Konsumen Perspektif Etika Konsumsi Islam (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019).”

⁷ Putri Nadhilah et al, “Efektifitas Penggunaan E-wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian.” *JEMMA (Jurnal of Economic, Management, and Accounting)* No. 2 (2021): 130.

⁸ Hasbia Rizqi et al, “Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society,” *Jurnal Visionida* 7, No. 2 (2021): 98.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang ditimbulkan adalah:

1. Bagaimanakah proses perilaku konsumen mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* ?
2. Bagaimanakah perilaku konsumen mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* perspektif etika konsumsi Islam ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian diatas, tujuan penelitian ini adalah:

- a. Sebagai upaya untuk mendeskripsikan proses perilaku konsumen mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet*.
- b. Sebagai upaya untuk mendeskripsikan perilaku konsumen mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* perspektif etika konsumsi Islam.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam pengetahuan berkaitan dengan *e-wallet* dan *cashless society*. Sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian serupa di masa yang akan

datang serta dapat dikembangkan lebih lanjut guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan *fintech* dalam ekonomi digital.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh konsumen pengguna *e-wallet* dalam mengevaluasi kebutuhan pembayaran *cashless* agar semakin meningkatkan kualitas kegiatan konsumsi yang dilakukan produktif dan seimbang sesuai dengan etika konsumsi Islam. Sehingga dapat berkontribusi dalam mendorong *cashless society*.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan dalam skripsi merupakan uraian untuk menjelaskan perbedaan atau memperkuat hasil penelitian yang dikaji dengan penelitian yang telah ada. Adapun penelitian terdahulu yang memiliki korelevan dengan penelitian yang akan dikaji peneliti sekarang sebagai berikut:

Pertama, penelitian dengan judul, “penelitian dengan judul “Fenomena *Cashless Society* pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19.”⁹ Dalam penelitian ini melihat jumlah pengguna media sosial dikalangan milenial ini cukup besar yakni mencapai 93%. Masalahnya, pada saat ini adanya resiko terinfeksi virus corona dalam bertransaksi keuangan secara langsung menjadi kekhawatiran masyarakat dalam setiap aktivitas pembelian. Sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan transaksi keuangan tanpa kontak dengan melakukan pembayaran melalui aplikasi dompet digital.

⁹ Dini Haryati, “Fenomena *Cashless Society* pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19,” *Jurnal Business Innovation & Entrepreneurship Journal* 3, No. 1 (2021).

Metode penelitian dengan menggunakan tipe penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, metode observasi non-partisipan. Hasil dari penelitian ini, sebagian besar masyarakat khususnya dikalangan milenial menggunakan *e-wallet* selama masa pandemi covid-19 ini. Dengan menggunakan alat pembayaran seperti ini lebih memudahkan layanan masyarakat sehingga mengurangi resiko terinfeksi virus corona.

Kedua, penelitian dengan judul, “Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar.”¹⁰ Dalam penelitian ini melihat teknologi komunikasi semakin berkembang masyarakat modern dituntut pun dituntut serba cepat dan mudah, olehnya transformasi pembayaran dalam bentuk uang tunai pun berubah menjadi non tunai. Masalahnya, kemudahan dari layanan ini yang disadari mampu mengubah gaya hidup ataupun perilaku masyarakat khususnya kota makassar. Metode penelitian ini menggunakan, metode kuantitatif-eksploratif dengan sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini, aspek fleksibel dan mudah digunakan juga secara serempak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan *e-wallet*.

Ketiga, penelitian dengan judul, “Pengaruh faktor persepsi minat penggunaan layanan dompet digital (*e-wallet*) melalui pendekatan teori *technology acceptance model (tam)*.”¹¹ Dalam penelitian ini faktor sosial menjadi faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi penggunaan teknologi. Masalahnya, Semakin besar pengaruh sosial yang dirasakan, maka

¹⁰ Mariesa Giswandhani dan Amalia Zul Hilmi, “Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar,” *Kareba Jurnal Ilmu Komunikasi*, No. 2/Juli-Desember (2020).

¹¹ Irman Maulida Sunarya, “Pengaruh faktor persepsi minat penggunaan layanan dompet digital (*e-wallet*) melalui pendekatan *teori technology acceptance model (tam)*,” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* No. 3 (2022).

akan semakin besar pula minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi tersebut. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan *survey research*. Hasil dari penelitian ini, *perceived trust* berpengaruh positif pada *social influence* yakni, pengaruh sosial memiliki respon yang baik terhadap minat dan perilaku penggunaan dompet digital (*e-wallet*) mereka terdorong untuk menggunakan *e-wallet* karna rekomendasi dari teman dengan nilai *mean* 4.215.

Keempat, penelitian dengan judul, “Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa.”¹² Dalam penelitian ini melihat pengguna internet berkembang pesat dari waktu ke waktu di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Masalahnya, kebutuhan konsumen dalam hal melakukan pembayaran pun berubah terhadap pembayaran non tunai yaitu *e-wallet* yang menjadi potensi besar di pasar *e-commerce* sebgaiannya penggunaannya adalah mahasiswa. Metode penelitian ini menggunakan, metode kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai data primer dan data sekunder diperoleh dari website yang relevan. Hasil dari penelitian ini, iklan dari media sosial, televisi dan aplikasi lain menjadi sumber informasi mahasiswa tentang *e-wallet*.

Kelima, penelitian dengan judul, “Persepsi Pelaku Usaha Kecil terhadap Penggunaan E-wallet Sebagai Sistem Pembayaran.”¹³ Dalam penelitian ini melihat fenomena *cashless society* di masa era new normal semakin meningkat karena mengurangi penularan covid-19 membuat pelaku usaha mulai beradaptasi dengan penggunaan sistem pembayaran baru dalam bisnisnya. Metode penelitian menggunakan kuantitatif, kuisioner dirancang

¹² Hizbul Hadi Nawawi, “Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa,” *Jurnal Emik* No. 3 (2020).

¹³ Citra Antareza et al, “Persepsi Pelaku Usaha Kecil terhadap Penggunaan E-wallet Sebagai Sistem Pembayaran.” *IRWS* (2021).

menggunakan skala linkert. Hasil dari penelitian ini, secara umum pelaku usaha merasa memiliki keinginan untuk terus menggunakan *e-wallet* di masa depan sebagai sistem pembayaran bisnisnya, karena *e-wallet* membantu menunjang dan memudahkan transaksi sehingga berpengaruh pada produktivitas bisnis mereka.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas novelty atau kebaruan dalam penelitian ini adalah menganalisis perilaku konsumen berdasarkan teori proses perilaku konsumen dan etika konsumsi Islam. Menggunakan metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif agar dapat mendalami fenomena dan mendeskripsikannya, penentuan sampel menggunakan teknik *snowball sampling*.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Cashless Society* (Masyarakat Tanpa Uang Tunai)

1. *Cashless Society*

Cashless society merupakan istilah yang dipakai Bank Indonesia (BI) untuk menggambarkan perwujudan ekosistem elektronifikasi transaksi keuangan yang merupakan perubahan cara pembayaran yang semula menggunakan uang tunai menjadi non tunai.¹

Istilah lain mengemukakan *cashless society* atau masyarakat non tunai merupakan suatu kondisi ekonomi dimana transaksi keuangan tidak lagi dilakukan dalam bentuk uang kartal maupun uang giral, sehingga lebih memanfaatkan transfer informasi secara elektronik atau digital antar pihak-pihak yang bertransaksi.²

Berdasarkan uraian pengertian dari berbagai sumber dapat dipahami bahwa *cashless society* merujuk pada peralihan cara pembayaran yang semula menggunakan uang tunai menjadi non tunai dengan memanfaatkan transfer informasi secara elektronik atau digital antar pihak-pihak yang bertransaksi. Konsep munculnya *cashless society* juga didasari oleh fakta yang mengungkapkan bahwa jika penggunaan uang tunai secara fisik dalam transaksi membutuhkan biaya-biaya yang tidak sedikit, terutama

¹ Bank Indonesia, "Apa Itu Elektronifikasi," dalam www.bi.go.id, diakses pada 6 November 2022.

² Bhaskar Chakravorti & Benjamin D. Mazzotta, "The Cost of Cash in The United States." *The Fletcher School Tufts University* (2013), 3.

dalam kaitannya penerbitan uang fisik, perputaran dan pendistribusian, perawatan serta penggantian uang yang rusak atau usang. Selain alasan biaya-biaya penerbitan dan perawatan tersebut, ada faktor lain pemicu gagasan *cashless society*, yaitu: a) kesadaran akan banyaknya potensi kecurangan dan kejahatan diakibatkan uang fisik seperti beredarnya uang palsu, b) kesadaran dalam masyarakat yang tidak bergantung pada uang fisik justru akan memudahkan tugas pemerintah dalam mengelola dan mengawasi transaksi-transaksi keuangan dan perdagangan melalui akses pada laporan-laporan elektronik.³ Perkembangan menuju *cashless society* juga dipengaruhi oleh perilaku, kecenderungan dan motivasi masyarakat.

³ Sifwatir Rif'ah, "Fenomena Cashless Society di Era Milenial dalam Perspektif Islam." *Journal of Sharia Economics* 2, No. 1 (2019): 4.

B. *E-wallet* (Dompet Digital)

1. Pengertian *E-wallet*

Dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Pasal 1 Ayat 7 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran menjelaskan Dompet Elektronik (*Electronic Wallet*) merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.

E-wallet (dompet digital) adalah suatu layanan atau *platform* yang memberikan layanan layaknya dompet, yaitu wadah untuk menyimpan uang, namun uang yang tersimpan bersifat digital (*online*).⁴

Berdasarkan dari pendapat diatas dapat dipahami bahwa e-wallet merupakan sebuah layanan elektronik berbasis server yang dapat menyimpan uang dan melakukan pembayaran bersifat digital antar pihak-pihak yang bertransaksi.

Keamanan dan kecepatan transaksi ini tentunya menjadi sebuah komoditi yang diperlukan dan cukup efektif untuk terciptanya *cashless society*, yaitu suatu masyarakat yang minim menggunakan transaksi pembayaran secara tunai, hal ini diindikasi dengan semakin banyaknya pusat perdagangan dan berbagai jenis perusahaan yang menerima pembayaran non-tunai.⁵

⁴ Hizbul Hadi Nawawi, "Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa", *Jurnal Emik* 3, No. 2 (2020): 193.

⁵ Sifwatir Rif'ah, "Fenomena Cashless Society di Era Milenial dalam Perspektif Islam.", 6.

2. Jenis-jenis *E-wallet*

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018, berdasarkan tempat penyimpanan nilai dana uang elektronik. Maka juga terbagi dua jenis yaitu:

a. Uang Elektronik Berbasis Kartu Atau *Chip*

Dimana nilai dana uang elektronik dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh pemegang. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis kartu atau *chip* dan memungkinkan transaksi dilakukan secara *offline*.

b. Uang Elektronik Berbasis Server

Dimana nilai dana pemegang tersimpan pada database penerbit dan dalam melakukan transaksi akan membutuhkan media berupa gadget pengguna untuk mengirim nomor token untuk melakukan transaksi. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis server dan hanya dapat dilakukan secara *online*. Uang elektronik berbasis server ini dikenal sebagai dompet digital atau *e-wallet*. Berikut ini beberapa jenis layanan *e-wallet* yang ada di Indonesia:

1) ShopeePay dan PayLater

ShopeePay adalah fitur layanan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran online di aplikasi shopee, offline di merchant shopeepay dan menyimpan pengembalian dana

yang dapat digunakan untuk membayar pesanan anda berikutnya. ShopeePaylater sendiri merupakan sebuah fitur sekaligus metode pembayaran yang disediakan oleh pihak shopee dimana bisa pasang sekarang bayar nanti. Cara aktivasinya sebagai berikut:

- a) Unduh aplikasi Shopee di playstore atau app store
- b) Buka aplikasi, masuk ke halaman Saya dan pilih ShopeePay/Shopeepaylater
- c) Setujui syarat dan ketentuan kemudian klik atur ShopeePay/Shopeepaylater
- d) Masukkan kode verifikasi yang dikirim ke nomor smartphone anda, klik lanjut dan atur PIN ShopeePay/Shopeepaylater
- e) Setelah aktivasi kemudian verifikasi akun anda dengan masuk ke halaman Saya, pilih ShopeePay/Shopeepaylater
- f) Klik verifikasi sekarang
- g) Masukkan info KTP/KITAS (satu KTP/KITAS hanya bisa terdaftar pada satu akun shopee)
- h) Unggah foto KTP/KITAS. Pastikan pas foto dan data KTP/KITAS terlihat jelas.

2) GoPay

Gopay adalah layanan dompet digital milik Gojek yang bisa dipakai untuk melakukan transaksi pembayaran keuangan yang bekerja sama dengannya. Cara aktivasinya sebagai berikut:

- a) Buka aplikasi Gojek yang ada di HP anda
- b) Lakukan pengisian saldo Gopay dengan memilih opsi top up yang ada di bagian atas aplikasi
- c) Setelah itu, isikan nominal saldo yang ingin anda isi
- d) Pilih metode pengisian saldo, lalu ikuti instruksi yang diberikan
- e) Setelah pengisian saldo berhasil, Gopay anda kini dapat digunakan. Untuk verifikasi akun bisa menggunakan e-KTP atau paspor. Pada dasarnya, akun Gopay akan otomatis terdaftar setelah anda melakukan registrasi awal Gojek dengan mengisi informasi data diri. Anda hanya perlu melakukan pengisian saldo untuk bisa menggunakan Gopay.

3) OVO (Grabpay)

OVO adalah aplikasi smart yang memberikan penggunanya kemudahan dalam bertransaksi (ovo cash) dan juga kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan poin di banyak tempat (ovo points). Cara aktivasinya sebagai berikut:

- a) Unduh aplikasi OVO pada HP anda melalui playstore atau app store
- b) Buka aplikasi OVO, lakukan daftar dengan memasukan nomor ponsel dan e-mail yang masih aktif
- c) Masukan kode OTP yang dikirimkan melalui SMS dan e-mail
- d) Buat security code sebagai otorisasi penggunaan akun maupun pada saat transaksi
- e) Akun OVO yang dibuat akan segera aktif, untuk mengupgrade ke layanan OVO Premier maka pengguna harus melalui prosedur Know Your Customer (KYC) dengan melakukan selfie memegang KTP-nya.

4) DANA

Aplikasi DANA merupakan dompet digital yang bisa digunakan untuk membayar tagihan dan berbelanja di berbagai merchat. Bahkan terhubung dengan ATM Bersama, serta BPJS Kesehatan. Oleh karenanya, bisa dibilang aplikasi e-wallet ini lebih fleksibel. Cara aktivasinya sebagai berikut:

- a) Unduh aplikasi DANA melalui playstore atau app store
- b) Buka aplikasi DANA, daftarkan nomor HP yang aktif
- c) Masukan kode OTP yang dikirimkan melalui SMS
- d) Isi data nama sesuai dengan KTP
- e) Buat pin DANA yang terdiri dari 6 digit
- f) Konfirmasi pin yang sudah dibuat
- g) Ikuti langkah berikutnya untuk mengakhiri proses pendaftaran.

5) SeaBank

SeaBank adalah aplikasi keuangan digital yang membantu dalam melakukan aktivitas finansial, mulai dari menabung hingga bertransaksi, melalui handphone kapan pun dan dimana pun. Cara aktivasinya sebagai berikut:

- a) Unduh aplikasi Seabank di app store atau playstore
- b) Daftar menggunakan nomor handphone dan OTP
- c) Isi dan lengkapi data diri
- d) Lakukan video call secara langsung atau buat janji dengan Seabank
- e) Lakukan video call dengan seabank selama +/- 2 menit
- f) Akun berhasil dibuat.

3. *E-wallet* dalam Pandangan Islam

Dompot digital atau *e-wallet* merupakan sesuatu hal yang baru dalam sistem pembayaran. Dalam pandangan Islam khususnya bidang muamalah memegang prinsip “pada dasarnya dalam hal muamalah semuanya itu diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya.” Oleh karena itu *e-wallet* harus memenuhi kriteria dan ketentuan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Faktor lainnya yang menjadi alasan kebolehan karena adanya tuntutan kebutuhan manusia akan uang elektronik, dan pertimbangan banyaknya kemaslahatan yang ada didalamnya.⁶ Prinsip-prinsip syariah yang harus diterapkan pada media transaksi pembayaran non tunai agar sesuai dengan ketentuan syariah, adapun sebagai berikut:

⁶ Firmansyah dan M. Ihsan Dcholfany, *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam*, (Lampung: CV. IQRA, 2018), 243.

1. Tidak Mengandung *Maysir*

Maysir (unsur perjudian, untung-untungan atau spekulatif yang tinggi). Penyelenggaraan uang elektronik harus didasarkan oleh adanya kebutuhan transaksi pembayaran ritail yang menuntut transaksi secara lebih cepat dan efisien, tidak untuk transaksi yang mengandung *maysir*.

2. Tidak Menimbulkan Riba

Tidak menimbulkan riba yang berbentuk pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual-beli maupun pinjam-meminjam dan pengalihan harta secara batil. Transaksi uang elektronik merupakan transaksi tukar-menukar/jual beli barang ribawi, yaitu antara nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik dalam bentuk Rupiah.⁷

3. Tidak Mendorong *Israf*

Israf (Pengeluaran yang Berlebihan) Uang elektronik pada dasarnya digunakan sebagai alat pembayaran ritail/mikro, agar terhindar dari pengeluaran yang berlebihan dalam konsumsi dilakukan pembatasan jumlah nilai uang elektronik serta batas paling banyak total nilai transaksi uang elektronik dalam periode tertentu.⁸

4. Tidak Digunakan untuk Transaksi Objek Haram

Sebagai alat pembayaran dengan menggunakan prinsip Syariah, uang elektronik tidak boleh digunakan untuk pembayaran transaksi

⁷ Firmansyah dan M. Ihsan Dcholfany, *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam*.,244.

⁸ *Ibid.*, 245.

objek haram dan maksiat, yaitu barang atau fasilitas yang dilarang dimanfaatkan atau digunakan menurut hukum Islam.⁹

C. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and services*). Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa.¹⁰

Menurut Schiffman dan Kanuk, perilaku konsumen adalah suatu proses yang dilalui oleh seorang pembeli dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta bertindak pada konsumsi produk dan jasa, maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan seseorang tersebut.¹¹

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa perilaku konsumen merupakan suatu bentuk tindak perilaku seorang dalam kegiatan mengkonsumsi suatu barang atau jasa melalui proses mencari, mengevaluasi, mengeliminasi barang atau jasa agar sesuai dengan kebutuhan sebelum kemudian barang atau jasa tersebut dibeli dan dimiliki.

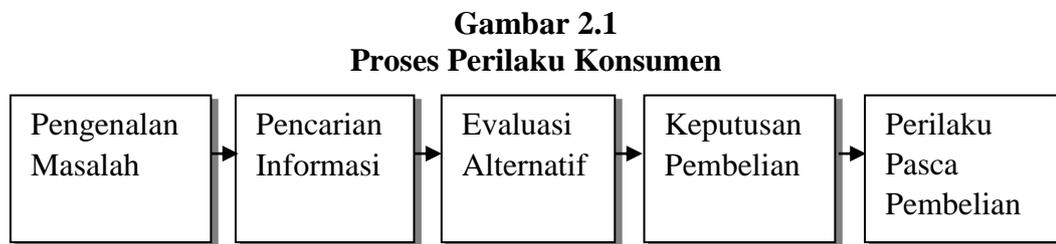
⁹ *Ibid.*, 246.

¹⁰ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 2.

¹¹ *Ibid.*, 15

2. Proses Pembentukan Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan sebuah proses, pada kenyataannya adalah proses yang berkelanjutan meliputi keputusan pembelian yang terjadi pada saat konsumen menyerahkan uang atau kartu kredit dan pada gilirannya menerima barang atau jasa.¹² Tahapan menurut Kotler dan Armstrong dalam proses pembentukan perilaku konsumen sebagai berikut:



a. Tahap Pengenalan Masalah

Merupakan proses dimana konsumen menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal, terjadi pada salah satu kebutuhan umum seseorang (seperti lapar dan haus) telah mencapai ambang batas tertentu dan mulai menjadi pendorong.¹³

b. Tahap Pencarian Informasi

Setelah konsumen yang terangsang kebutuhan, konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi konsumen digolongkan ke dalam empat kelompok yaitu:

¹² Rudi Irwansyah et al., *Perilaku Konsumen* (Bandung: CV. Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 4.

¹³ Rudi Irwansyah et al., *Perilaku Konsumen*, 12.

- 1) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan.
- 2) Sumber komersil: iklan, penjual, pengecer, pajangan ditoko.
- 3) Sumber publik: media masa, organisasi pemberi peringkat.
- 4) Sumber pengalaman: penanganan, pengkajian dan pemakaian produk.¹⁴

c. Tahap Evaluasi Alternatif

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin tentang banyak hal, selanjutnya konsumen harus melakukan penilaian tentang beberapa alternatif yang ada dan menentukan langkah selanjutnya. Evaluasi alternatif terdiri dari dua tahap, yaitu menetapkan tujuan pembelian dan menilai serta mengadakan seleksi terhadap alternatif pembelian berdasarkan tujuan pembeliannya. Setelah konsumen mengumpulkan informasi mengenai jawaban alternatif terhadap suatu kebutuhan, maka konsumen akan mengevaluasi pilihan dan menyederhanakan pilihan pada alternatif yang diinginkan.¹⁵

d. Tahap Keputusan Pembelian

Setelah tahap-tahap tadi dilakukan, sekarang saatnya bagi pembeli untuk menentukan pengambilan keputusan apakah jadi membeli atau tidak. Jika keputusan menyangkut jenis produk, bentuk produk, merek, penjual, kualitas dan sebagainya.¹⁶

¹⁴ *Ibid.*, 12.

¹⁵ Rudi Irwansyah et al., *Perilaku Konsumen.*, 12.

¹⁶ *Ibid.*, 13.

e. Tahap Pasca Pembelian

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah melakukan pembelian, karena mungkin harga barang dianggap terlalu mahal, atau mungkin karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya.

Konsumen akan membandingkan produk atau jasa yang telah ia beli, dengan produk atau jasa lain. Hal ini dikarenakan konsumen mengalami ketidakcocokan dengan fasilitas-fasilitas tertentu pada barang yang telah ia beli, atau mendengar keunggulan tentang merek lain. Perilaku ini mempengaruhi pembelian ulang dan juga mempengaruhi ucapan-ucapan pembeli kepada pihak lain tentang produk perusahaan.¹⁷

3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Memahami perilaku konsumen merupakan hal yang sangat penting sebab, seorang konsumen akan melakukan keputusan pembeliannya konsumen juga bisa mendapatkan suatu barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan ekonomisnya. Perilaku konsumen disebabkan oleh beberapa faktor dimana masing-masing faktor tersebut memberi dampak yang berbeda-beda pada tiap-tiap konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong,

¹⁷ Rudi Irwansyah et al., *Perilaku Konsumen.*, 13.

faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari, Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi.¹⁸

a. Faktor Budaya

1) Budaya

Mencakup semua hal yang mempengaruhi preferensi manusia dalam membuat keputusan dan bahkan cara kita mengatasi persoalan yang dihadapi.¹⁹

2) Kelas Sosial

Pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hirarkis dan para anggotanya menganut nilai, minat dan perilaku yang serupa.²⁰

b. Faktor Sosial

1) Kelompok Acuan

Kelompok acuan terdiri dari orang tua, teman, guru, pakar, pemimpin opini dan kelompok acuan ini memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap proses pengambilan keputusan.²¹

2) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling ampuh. Pada struktur

¹⁸ *Ibid.*, 9.

¹⁹ Mashur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makassar: Alauddin University Press, 2016), 182.

²⁰ *Ibid.*, 165.

²¹ *Ibid.*, 157.

masyarakat terdapat tiga tipe keluarga yang mendominasi yaitu, pasangan suami istri, keluarga inti dan keluarga yang diperluas.²²

3) Status Sosial

Status sosial biasanya diukur dari beberapa indeks, seperti: pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Dengan status sosial yang dimiliki seseorang di masyarakat, dapat dipastikan ia akan mempengaruhi pola atau sikap orang lain dalam hal berperilaku terutama dalam pembelian.²³

4) Faktor Pribadi

1) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Kebutuhan dan minat produk berbeda-beda sesuai dengan usia konsumen. Berdasarkan usia dan siklus hidup, beberapa perusahaan mengkategorikan kelompok konsumen menjadi anak-anak, remaja, Generasi Z, *baby boomer*, dan konsumen yang lebih tua. Dengan memahami kebutuhan setiap kelompok umur, pemasar dapat menciptakan produk berbasis kebutuhan.²⁴

2) Pekerjaan

Pekerjaan adalah ukuran kelas sosial yang diterima secara umum dan mungkin merupakan ukuran terbaik dari kelas sosial yang dapat didokumentasikan, karena menggambarkan status

²² *Ibid.*, 151.

²³ Mashur Razak, *Perilaku Konsumen.*, 23.

²⁴ *Ibid.*, 22.

pekerjaan. Pekerjaan konsumen juga mempengaruhi pola konsumsi.²⁵

3) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian biasanya dijelaskan oleh dalam hal sifat bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi.²⁶

4) Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan sistem yang penting untuk memahami mengapa orang memperlihatkan perbedaan dalam konsumsi produk dan preferensi merek.²⁷

5) Faktor Psikologi

1) Motivasi

Motivasi didasarkan pada kebutuhan dan sasaran serta merupakan pembelajaran. Motivasi dapat digambarkan sebagai dorongan seseorang untuk memenuhi kebutuhan.²⁸

2) Persepsi

Perilaku seseorang yang termotivasi dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang situasi tertentu. proses bagi seorang

²⁵ *Ibid.*, 169.

²⁶ Mashur Razak, *Perilaku Konsumen.*, 50.

²⁷ *Ibid.*, 50.

²⁸ *Ibid.*, 82.

individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk membuat gambaran.²⁹

3) Pembelajaran

Proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku. Teori pembelajaran mendasari pengembangan konsep periklanan dalam mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, khususnya pada proses penguatan untuk mendorong pembelian ulang dan penciptaan loyalitas terhadap merk (*brand loyalty*).³⁰

4) Keyakinan dan Sikap

Perilaku pencarian, seperti halnya perilaku pembelian, dipengaruhi oleh keyakinan dan sikap konsumen. Konsumen terlibat dalam pencarian yang lebih banyak jika sikap mereka terhadap belanja menjadi lebih mendukung. Selain itu, pencarian pada mulanya akan cenderung berfokus pada merek berdaya tarik tinggi sebelumnya.³¹

²⁹ *Ibid.*, 267.

³⁰ Mashur Razak, *Perilaku Konsumen.*, 7.

³¹ Mashur Razak, *Perilaku Konsumen.*, 217.

D. Etika Konsumsi Islam

Etika secara etimologis merupakan suatu prinsip yang berkaitan dengan sesuatu yang baik dan buruk mengenai moral dan kewajiban, nilai-nilai moral, dan juga teori atau sistem dari moral-moral itu sendiri. Etika dalam islam menurut istilah Al-Qur'an yaitu *Al-Khuluq* yang artinya kebajikan.

Islam tidak pernah memisahkan ekonomi dengan etika, konsumen muslim terikat dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas dalam membelanjakan hartanya.³² Para pakar ekonomi non muslim mengakui keunggulan sistem ekonomi Islam. Menurut mereka, Islam telah sukses menggabungkan etika dan ekonomi, sementara sistem kapitalis dan sosialis memisahkan keduanya.³³

Dalam Islam etika konsumsi mengutamakan masalah/manfaat dan menghindari *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan) uang atau harta yang tidak berguna. Maka dari itu, agar terhindar dari perbuatan *israf* Islam memerintahkan manusia untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat agar tidak terjadi kegiatan konsumsi yang berlebih-lebih untuk semua jenis komoditi.

Konsumsi merupakan perintah dari Allah kepada manusia untuk menjalankan hidupnya di dunia ini agar dapat menjalankan perannya sebagai khalifah.³⁴ Segala hal tidak terlepas dari etika Islam sehingga dalam

³² Yusuf al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2021), 35.

³³ Yusuf al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam.*, 39.

³⁴ Yusuf al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam.*, 122.

berkonsumsi harus mengikuti kaidah-kaidah Islam. Adapun etika konsumsi Islam harus memperhatikan beberapa hal, diantaranya adalah:

1. Menghindari *Israf*

Setiap mengkonsumsi barang atau jasa seseorang harus selektif dalam membelanjakan hartanya. Dilarang memiliki sifat *israf* dan *tabzir*, karena Islam menganjurkan pola konsumsi dan menggunakan harta secara wajar dan seimbang yaitu sederhana. Al-Qur'an melarang perbuatan yang melampaui batas dalam berbelanja, dan menikmati rizki yang baik, karena Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.³⁵ Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam surat Al-A'raf ayat 31:

﴿يَبْنَىِٔ ءَاَدَمَ خُذُوْا زَيْتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝ۛ﴾

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 berlebihan.”³⁶

Ayat ini menjelaskan bahwa seseorang dituntut harus selektif untuk membelanjakan uang/hartanya. Manusia tidak boleh terjerumus dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang” yaitu pemasukan lebih kecil dari pengeluaran.³⁷ Sifat *israf* dan *tabzir* harus ditinggalkan, karena sesuai dengan seruan Allah, Islam menganjurkan pola konsumsi dan

³⁵ Yusuf al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam.*, 139.

³⁶ Qur'an Kemenag In MS. Word 2019, Q.S Al-A'raf 7:31.

³⁷ Yusuf al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam.*,143.

menggunakan harta sewajarnya dan seimbang agar mendapatkan masalahnya yaitu pola hidup yang bersifat sederhana.

2. Memperhatikan Kebutuhan

Seorang muslim harus mampu menyeimbangkan antara pengeluaran dan pemasukan atau antara penghasilan dan pembelanjaan. Jangan sampai hanya untuk memenuhi keinginan nafsu seseorang harus berhutang.³⁸

Sebagaimana firman Allah dalam surat At Talaq ayat 7:

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۗ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا ﴿٧﴾

Artinya: “Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya, dan orang yang disempitkan rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya.”³⁹

Ayat ini menjelaskan bahwa jangan membeli sesuatu melebihi batas pendapatan, karena hal ini akan memicu timbulnya hutang. Sebab hal ini dilarang oleh islam sebaiknya mengkonsumsi barang/jasa sesuai dengan kebutuhan dan mengkonsumsi sesuai dengan pendapatan. *Al-Hafidz* berkata, jika pengeluarannya sesuai dengan pendapatan dengan kata lain, ia tidak boros.⁴⁰ Mujahid juga berkata, “jika manusia membelanjakan semua hartanya untuk kebenaran, maka hal itu bukanlah tindakan boros, tetapi

³⁸ Yusuf al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam.*, 133.

³⁹ Qur'an Kemenag In MS. Word 2019, Q.S. At Talaq 65:7.

⁴⁰ Yusuf al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam.*, 142.

jika ia membelanjakannya bukan untuk kebenaran meskipun hanya satu mud maka ia adalah pemboros.”⁴¹

3. Memperhatikan *Maslahah*

Maslahah adalah prinsip lain dari ekonomi Islam. *Maslahah* adalah tujuan hukum Islam dan inti dari hukum Islam itu sendiri, secara umum *maslahah* diartikan sebagai kebaikan (kemakmuran) dunia dan akhirat. Islam melarang seseorang terjerumus kedalam hidup yang menghambur-hamburkan.

Ekonomi Islam tidak mengenal konsep kepuasan, melainkan konsepnya masalah artinya memenuhi dan memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani. Dengan demikian, kepuasan konsumen Muslim tidak dapat diukur berapa banyak hal yang dikonsumsi, tetapi dengan tindakan mengkonsumsi seberapa besar nilai ibadah yang dapat dihasilkannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 87:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ
 اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan sesuatu yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”⁴²

Dari ayat di atas, menjelaskan dilarang hidup menghambur-hamburkan dengan menghalalkan segala cara untuk memenuhi keinginan

⁴¹ Yusuf al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam.*, 143.

⁴² Qur'an Kemenag In MS. Word 2019, Q.S. Al-Maidah, 5:87.

hidupnya tersebut karena tidak ada masalahnya.⁴³ *As Subuki al-Kabir*, berpendapat, jika uang yang dihambur-hamburkan bukan untuk kepentingan agama dan dunia hukumnya haram, sedangkan jika demi salah satu kemaslahatan (kemaslahatan dunia atau akhirat) maka hukumnya boleh dan tidak berdosa.⁴⁴

⁴³ Yusuf al-Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam.*, 141.

⁴⁴ Yusuf al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam.*, 142.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.¹

Pendekatan penelitian menggunakan *field research* yaitu merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk mempelajari keadaan atau situasi dari sebuah fenomena di lapangan sehingga dapat menghayati keadaan yang terjadi pada suatu satuan sosial sehingga dapat memberi makna dalam konteks yang sebenar-benarnya.²

Pada penelitian ini untuk mengetahui fenomena dilapangan secara nyata lebih mendalam mengenai *cashless society* terhadap perilaku konsumen perspektif etika konsumsi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro Angkatan 2019.

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Resivisi cet. Ke-41 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2022), 6.

² A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. (Prenada Media, 2016). 334.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini termasuk dalam penelitian bersifat deskriptif, karena dalam penelitian ini data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.³ mendeskripsikan bagaimana *cashless society* terhadap perilaku konsumen perspektif etika konsumsi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro Angkatan 2019.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu:

1. Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber dimana sebuah data dihasilkan diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya berupa kata-kata serta tindakan dari informan.⁴

Pemilihan konsumen sebagai sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik *Snowball Sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik memilih sumber informasi mulai dari sedikit kemudian makin lama makin membesar sampai pada akhirnya benar-benar dapat diketahui sesuatu yang ingin diketahui dalam konteksnya.⁵ Dalam proses penentuan sampel berdasarkan pada kesesuaian data dan kecukupan data berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum.⁶ Proses pengumpulan data

³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 11.

⁴ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 347.

⁵ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 369.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), 219.

dari narasumber tidak memiliki batasan jumlah informan, jumlahnya juga tidak dapat ditentukan karena jika dengan sumber data yang belum memberikan data lebih lengkap maka mencari orang lain lagi yang digunakan sebagai sumber datanya. Namun, penentuan unit sampel (informan) dianggap telah memadai apabila telah sampai taraf data sudah jenuh, sehingga sampel sumber data sudah mencukupi dan tidak perlu menambah sampel baru.⁷

Sumber data primer pada penelitian ini berasal dari mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 yang sudah menggunakan *e-wallet*. Oleh karena itu pada penelitian ini, tahap pertama peneliti mengambil dua orang informan dahulu yang juga sebagai dasar pra survei. Kemudian kepada dua orang ini tanya lagi orang lain yang sekiranya mengetahui dan memahami sehubungan dengan informasi yang dijadikan fokus penelitian yakni berkaitan dengan mahasiswa konsumen *e-wallet*. Selanjutnya, pada tahap ketiga dengan menggunakan sumber informasi tahap kedua tanya dan cari lagi sumber informasi lain yang memahami tentang data dan informasi yang dikumpulkan.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu apabila peneliti mengumpulkan data dari orang lain atau bukan dari sumber pertamanya.⁸ Data sekunder dapat berasal dari berbagai berbentuk publikasi, kepustakaan, jurnal, penelitian lain dan buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

⁷*Ibid.*, 220.

⁸ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 47.

C. Metode Pengumpulan Data

Terkait dengan jenis penelitian yakni kualitatif bersifat deskriptif maka dari itu peneliti mengumpulkan semua data melalui metode *field research* yang dikumpulkan oleh peneliti dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian adalah wawancara. Wawancara dapat dikatakan sebagai percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan narasumber, di mana pewawancara mengajukan pertanyaan langsung tentang objek yang diteliti dan dirancang sebelumnya⁹, secara terstruktur maupun semi terstruktur dapat dilakukan secara tatap muka maupun menggunakan media perantara seperti telepon.¹⁰

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur baik dilaksanakan secara *face to face* maupun secara online. Wawancara ini dilakukan untuk memberikan kondisi informal dan santai serta kebebasan bagi informan untuk mengutarakan isi pikirannya tanpa terkait peneliti. Pedoman wawancara tetap dibuat namun, susunan pertanyaan penelitian tidak kaku mengikuti pedoman. Wawancara ditujukan kepada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 merupakan konsumen yang menggunakan *e-wallet* yang didapat berdasarkan teknik sampel yang digunakan. Selain itu peneliti juga

⁹A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 372.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*, 138.

mengajukan pertanyaan kepada Kaprodi S1 Ekonomi Syariah yaitu bapak Yudhistira Ardana, M.E.K serta bapak Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom selaku Staff Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni FEBI IAIN Metro untuk mendapatkan data-data yang valid terkait Ekonomi Syariah.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk pengumpulan berupa data-data berbentuk tertulis, gambar, maupun foto.¹¹ Metode dokumentasi berproses mulai dari memilih dokumen yang sesuai dengan penelitian, menggali informasi yang dapat ditemukan baik berupa catatan, tulisan atau foto untuk mendapatkan keterangan yang sesuai dan relevan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, metode ini digunakan sebagai bahan informasi yang berupa profil akun *e-wallet* konsumen mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 serta dokumentasi berupa profil tempat penelitian yaitu di Ekonomi Syariah IAIN Metro.

D. Teknik Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data digunakan untuk memastikan bahwa semua data yang diamati dan diteliti berkaitan dengan keadaan yang sebenarnya. Penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran objektif. Karena itu validitas dalam penelitian kualitatif sangat penting. Untuk mengecek keabsahan data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan

¹¹A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 391.

berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.¹² Dalam penelitian ini untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber.

Triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Karena data yang sejenis akan lebih mantab kebenarannya apabila digali dari sumber berbeda. Kemudian dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan sumber data tersebut.¹³

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan agar data yang dihasilkan benar-benar menunjukkan bagaimana fenomena yang sebenarnya dalam memecahkan masalah yang diteliti. Ini dilakukan dengan bekerja dengan data, menemukan pola, memecahnya menjadi unit-unit yang dapat dikelola, mencari tahu apa yang penting dan apa yang dipelajari.¹⁴

Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan, penulis dapat memahami bahwa analisis data merupakan suatu proses untuk mengolah dan mengorganisasikan data berdasarkan informasi melalui catatan lapangan, wawancara dan dokumentasi yang telah diperoleh untuk dikaji dan diolah

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*, 273.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*, 274.

¹⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif.*, 248.

menjadi hasil yang lebih mudah dimengerti atau dipahami oleh penulis maupun pembaca. Dalam penelitian ini teknik analisis data kualitatif yang digunakan yaitu model Miles dan Huberman sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lokasi penelitian akan segera dianalisis melalui reduksi data, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk tahap analisis selanjutnya.¹⁵

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kumpulan informasi yang telah direduksi sehingga data terlihat utuh sehingga membantu melihat tayangan dari suatu fenomena yang akan membantu seseorang memahami apa yang terjadi atau mengerjakan sesuatu. Menyajikan data bisa dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar bagan, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian data ini perlu dilakukan dalam menentukan langkah selanjutnya, yaitu penarikan kesimpulan atau verifikasi karena dapat memudahkan dalam upaya pemaparan dan penegasan kesimpulan.¹⁶

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*, 247.

¹⁶ *Ibid.*, 249.

3. Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan sejak awal terhadap data yang diperoleh, tetapi kesimpulannya masih kabur (bersifat *tentative*) diragukan tetapi dengan bertambahnya data, maka kesimpulan lebih akan lebih *grounded* (berbasis data lapangan). Kesimpulan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁷

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*, 252.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) merupakan perguruan tinggi negeri yang mengemban amanah untuk menciptakan masyarakat akademik dibidang pendidikan formal dan menjadi agen perubahan sosial (agent of social change). Awal berdirinya IAIN Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya IAIN Raden Intan di Bandar Lampung kemudian hasil upaya para tokoh agama dan tokoh masyarakat yang bergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) yang diketuai oleh RD. Muhammad Sayyid pada tahun 1961. Hasil musyawarah tersebut diputuskan untuk mendirikan dua fakultas yaitu fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah yang kedudukannya di Tanjung Karang berada di bawah santunan Yayasan tersebut.¹

Tercatat pada tanggal 13 Oktober 1964 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 86/1964 merubah status Fakultas Tarbiyah YKIL dari swasta menjadi negeri, tetapi tidak berdiri sendiri melainkan cabang fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Pada tahun 1967 atas permintaan masyarakat Metro kepada YKIL agar dibuka Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah di Metro atas persetujuan Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Sebelum tahun 1965 didirikan

¹ Renstra FEBI IAIN Metro 2020-2023.

Fakultas Ushuludin yang berkedudukan di Tanjung Karang dengan memperhatikan Keputusan Presiden RI Nomor 27 Tahun 1963 karena untuk ketentuan mendirikan sebuah Perguruan Tinggi yang berdiri sendiri (al-jami'ah) harus memiliki tiga fakultas sebagai persiapan berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Lampung. Setelah didirikannya Yayasan Perguruan Tinggi Islam Lampung (Yapeti) yang dipimpin oleh KH. Zakaria Nawawi yang berusaha merubah status fakultas dari swasta menjadi negeri.

Sebagai kelanjutannya maka pada tanggal 23-25 April 1997 diadakan rapat kerja para rektor dan dekan fakultas di luar induk. Hasil rapat ini ditetapkan perubahan dan pengesahan fakultas Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) berdasarkan SK Presiden No.11 Tahun 1997. Sejalan dengan perubahan status tersebut diajukan nama STAIN di Metro yaitu STAIN Jurai Siwo Metro yang memiliki arti tradisi dan budaya "Sembilan Marga penyibang."²

Sebagai tindak lanjut dari Kappres 1997 di atas, maka pada tanggal 30 Juni 1997 secara serentak diresmikan 33 STAIN dan ketuanya dijabat oleh Dekan masing-masing sebagai Pejabat Sementara Ketua Periode 1997-2006 penataan demi penataan kelembagaan dalam STAIN Jurai Siwo Metro semakin hari semakin ditingkatkan. Sejalan dengan dinamika kehidupan kampus sejak 1997 juga dibuka jurusan baru yakni jurusan syariah saat itu hanya satu prodi yaitu Ahwalusy Syakhsiyyah. Pada tahun

² Ibid.,

1999, masa ini dikenal dengan istilah passing out karena sejak tahun 1997 STAIN Metro tidak lagi berada di bawah IAIN Raden Intan.

Kelembagaan dalam STAIN Jurai Siwo semakin hari semakin meningkat, pada tahun 1998 gagasan baru dimulai yaitu berdirilah sarjana Ekonomi Perbankan Islam/Syariah yang digagasi oleh Prof. Bahri Ghozali (pada saat itu beliau menjabat sebagai ketua STAIN Metro periode 1998-2002) dengan membuka Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah Islam (EBI). Gagasan ini kemudian menjadi embrio Islam di seluruh Perguruan Tinggi Agama di Indonesia walau saat itu sempat jadi polemik banyak kalangan, namun menjadi catatan sepanjang sejarah bahwa Ekonomi Islam dimulai dari STAIN Jurai Siwo Metro. Hingga tahun 2006 STAIN Jurai Siwo Metro sudah meluluskan mahasiswanya sebanyak 1.339 orang sebagian besar dari alumninya menjadi Pegawai Negeri Sipil, Pegawai Bank Swasta (Syariah) dan wiraswasta.³

Pada tahun 2007-2010 mulai mengalami kemajuan signifikan dan STAIN Jurai Siwo Metro juga membuka program Pascasarjana (S2) untuk Jurusan Ilmu Pendidikan Islam dan Hukum Islam. Kegiatan organisasi mahasiswa pun semakin maju baik dalam organisasi internal maupun eksternal.

Pada tahun 2010-2016 mulainya persiapan alih status STAIN menjadi IAIN, saat itu sivitas akademika STAIN Jurai Siwo Metro melakukan berbagai upaya memberikan nilai terbaik agar menjadikan

³ Ibid.,

perguruan tinggi unggulan dan terdepan dalam mengkaji dan mengemban ilmu, seni dan budaya Islam. Singkat cerita, pada tahun 2016 resminya peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam peraturan No. 71 Tanggal 1 Agustus 2016 menurut Perpres, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Perubahan status ini pula yang mendorong pembentukan fakultas baru yang lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat dalam hal pendidikan serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna terwujudnya IAIN Metro menjadi kampus yang lebih baik.

Pada tahun 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) resmi menjadi Fakultas yang memiliki 4 prodi yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah serta Manajemen Haji dan Umroh sampai saat ini.⁴

a. Visi dan Misi Ekonomi Syariah IAIN Metro

1) Visi

“Menjadi Pusat Studi Ekonomi Syariah yang unggul di tingkat nasional dalam sinergi socio-eco-techno-preneurship berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesian pada tahun 2024”.

⁴ Ibid.,

2) Misi

- a) Melaksanakan kegiatan pendidikan dan pengajaran keilmuan Ekonomi Syariah dalam sinergi socio-eco-techno-preneurship berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.
- b) Melaksanakan Penelitian Program Studi Ekonomi Syariah dalam sinergi socio-eco-techno-preneurship berlandaskan inovasi dan kreatifitas.
- c) Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam sinergi socio-eco-techno-preneurship berbasis media digital dan ekonomi kreatif yang unggul dan mencapai kepuasan stakeholder.⁵

2. Visi dan Misi FEBI IAIN Metro

a. Visi FEBI IAIN Metro

“Menjadi Fakultas yang unggul di tingkat Nasional pada bidang Ekonomi dan Bisnis berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan dalam Sinergi socio-eco-techno-preneurship pada tahun 2024”.

b. Misi FEBI IAIN Metro

- 1) Melaksanakan kegiatan pendidikan dan pengajaran keilmuan Ekonomi dan Bisnis Islam dalam sinergi socio-eco-techno-preneurship berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.

⁵ <https://febi.metrouniv.ac.id> diakses pada tanggal 28 Februari 2023.

- 2) Melaksanakan Penelitian Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam sinergi socio-eco-techno-preneurship berlandaskan inovasi dan kreatifitas.
- 3) Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam sinergi socio-eco-techno-preneurship berbasis media digital dan ekonomi kreatif yang unggul dan mencapai kepuasan stakeholder.⁶

3. Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro



Struktur organisasi FEBI IAIN Metro meliputi sebagai berikut :

1. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
2. Putri Swastika, M.IF, Ph.D selaku Wakil Dekan I FEBI IAIN Metro.
3. Yuyun Yuniarti, M.Si selaku Wakil Dekan II FEBI IAIN Metro.
4. Dharma Setyawan, MA selaku Wakil Dekan III FEBI IAIN Metro.

⁶ Ibid.,

5. Tri Pramasetia, S.E selaku Kepala Bagian Kelompok Jabatan Fungsional dan Staff Tendik.
6. Yudhistira Ardana, M.E.K selaku Kaprodi Ekonomi Syariah.
7. Muhammad Ryan Fahlevi M.M selaku Kaprodi Perbankan Syariah.
8. Northa Idaman, M.M selaku Kaprodi Akuntansi Syariah.
9. Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy selaku Kaprodi Manajemen Haji dan Umrah.
10. Hotman, M.E.Sy selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah.
11. Enny Puji Lestari, M.E.Sy selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah.
12. Titut Sudiono, M.E.Sy selaku Sekretaris Prodi Akuntansi Syariah.
13. Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy selaku Sekretaris Prodi Manajemen Haji dan Umroh.

Jumlah mahasiswa disetiap jurusan berbeda-beda berikut data mahasiswa Jurusan S1 Ekonomi Syariah Angkatan 2019 FEBI IAIN Metro:

Tabel 4.1
Jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019⁷

No.	Jenis	Jumlah
1	Laki-laki	64 Orang
2	Perempuan	167 Orang
3	Total	231 Orang

Sumber: Monografi Jurusan S1 Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro

⁷ Wawancara dengan Bapak Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom, pada tanggal 28 Februari 2023.

B. Hasil

1. Proses Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi *Cashless* Menggunakan *E-wallet*

a. Pengenalan Masalah

Tahap pengenalan masalah merupakan proses dimana mahasiswa sebagai konsumen mulai menyadari adanya masalah dalam rangka memenuhi kebutuhan. Baik upaya pengenalan masalah tersebut bisa ditimbulkan oleh rangsangan suatu kebutuhan dalam melakukan pembayaran secara lebih efisien mengikuti era digital sehingga konsumen telah mencapai ambang batas tertentu dan mulai menjadi pendorong. Dalam hal ini yang menjadi dorongan mahasiswa sebagai konsumen dalam melakukan pembayaran *cashless* berdasarkan hasil data wawancara lapangan ditemukan berbagai aspek pendorong. SDS mengatakan:

“Mempermudah si, misal mau beli pulsa atau kuota jadi ngga perlu keluar. Atau kalau ke minimarket gitu jadi ngga perlu bawa dompet lagi”⁸

ADA mengatakan:

“ya biar lebih mudah aja, praktis mau dipake dimana aja gek kapan pun tu enak”⁹

RAP mengatakan:

“memudahkan berbelanja secara online. Bisa beli dari rumah”¹⁰

ES mengatakan:

“mempermudah transaksi dimanapun..”¹¹

⁸ Wawancara dengan SDS, pada tanggal 28 Februari 2023.

⁹ Wawancara dengan ADA, pada tanggal 27 Februari 2023.

¹⁰ Wawancara dengan RAP, pada tanggal 01 Maret 2023.

MA juga mengatakan:

“mempermudah pembayaran tentunya..”¹²

Terdapat aspek yang mendorong konsumen mengenali masalah akan kebutuhan pembayaran. Dua aspek pendorong yang dapat ditangkap dari wawancara diatas SDS, ADA, RAP, ES, dan MA: kemudahan transaksi dan fleksibel. AD secara baik menyampaikan:

“..apalagi karna waktu itu corona jadi mager aja mending transaksi online pakai e-wallet”¹³

INL juga menegaskan:

“..ga ribet aja bisa dari rumah atau kost an”¹⁴

Berawal dari situasi pandemi yang mengharuskan masyarakat melakukan *social distancing* AD memerlukan solusi dalam memenuhi kebutuhannya agar kegiatan transaksi tidak harus keluar rumah dan bersentuhan tangan. INL juga berpendapat sama bahwa melakukan transaksi bisa dilakukan dengan fleksibel dari rumah.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menemukan ada dua aspek pendorong mengenai proses pengenalan masalah bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* yang dilakukan oleh informan dalam penelitian ini. Adapun aspek pengenalan masalah yang dimaksud adalah meliputi kemudahan dan Fleksibel.

¹¹ Wawancara dengan ES, pada tanggal 03 Maret 2023.

¹² Wawancara dengan MA, pada tanggal 04 Maret 2023.

¹³ Wawancara dengan AD, pada tanggal 25 Februari 2023.

¹⁴ Wawancara dengan INL, pada tanggal 26 Februari 2023.

Tabel 4.2
Aspek pendorong pengenalan masalah *e-wallet*

No.	Informan	Aspek Pendorong
1	AD	Fleksibel
2	INL	Fleksibel
3	ADA	Kemudahan, Fleksibel
4	SDS	Kemudahan, Fleksibel
5	RAP	Kemudahan, Fleksibel
6	ES	Fleksibel
7	MA	Kemudahan

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa aspek pendorong paling mendominasi informan dalam penelitian ini yaitu aspek fleksibel. Selanjutnya di posisi kedua adalah aspek kemudahan.

b. Pencarian Informasi

Ketika konsumen telah menyadari kebutuhan maka konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Dalam tahap ini, informasi yang didapatkan berperan penting dalam hal mempengaruhi mahasiswa sebagai konsumen akhirnya memilih dan menggunakan *e-wallet* apa yang menurutnya paling tepat. ES mengatakan:

“dari sosmed awalnya lanjut mulut ke mulut si kek dari temen ke temen jadi infonya lebih akurat gitu, terus nyoba deh sampe sekarang”¹⁵

Pernyataan yang dilontarkan oleh ES juga dikonfirmasi oleh AD dan MA, yang merupakan teman dekat ES sekaligus informan dalam penelitian ini. Karena ES dan MA merupakan rekomendasi informan yang peneliti dapat dari AD. AD dan MA sama-sama mengatakan

¹⁵ Wawancara dengan ES, pada tanggal 03 Maret 2023.

bahwa sumber informasi tentang *e-wallet* berasal dari teman, mereka sering membahas topik *e-wallet*.¹⁶ sehingga satu sama lain semakin teryakinkan oleh informasi yang semakin akurat karena berasal dari sumber terdekatnya yaitu teman. Informan lain, ADA juga mengatakan sumber informasinya berasal dari teman ia mendapat informasi bahwa lebih praktis menggunakan *e-wallet* maka dari itu ia mencobanya.¹⁷ Selanjutnya peneliti menemukan sumber informasi lain yang didapat dari tiga informan lainnya. Mereka mengatakan:

RAP mengatakan:

“dulu tu aku tau ya gegara liat youtube”¹⁸

INL mengatakan:

“dari sosmed sih seringnya karna iklan”¹⁹

SDS mengatakan:

“dari iklan di media sosial”²⁰

Berdasarkan hasil wawancara, konsumen juga memperoleh sumber informasi mengenai *e-wallet* yaitu meliputi: 1) informasi berasal dari teman, 2) informasi berasal dari iklan (baik itu media sosial ataupun *youtube*).

¹⁶ Wawancara dengan AD pada tanggal 25 Februari 2023 dan MA pada tanggal 04 Maret 2023.

¹⁷ Wawancara dengan AD, pada tanggal 25 Februari 2023.

¹⁸ Wawancara dengan RAP, pada tanggal 01 Maret 2023.

¹⁹ Wawancara dengan INL, pada tanggal 26 Februari 2023.

²⁰ Wawancara dengan SDS, pada tanggal 28 Februari 2023.

Tabel 4.3
Sumber pencarian informasi *e-wallet*

No.	Informan	Sumber Informasi
1	AD	Teman
2	INL	Iklan (media sosial)
3	ADA	Teman
4	SDS	Iklan (media sosial)
5	RAP	Iklan (<i>youtube</i>)
6	ES	Iklan (media sosial), Teman
7	MA	Teman

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2023

Dari tabel, bisa dilihat dari 7 informan sebanyak 3 informan mengatakan bahwa mereka mendapatkan sumber pencarian informasi mengenai *e-wallet* satu-satunya yang dijadikan sumber adalah teman. Selanjutnya sebanyak 3 informan lainnya juga hanya terpaku pada satu sumber yaitu dari iklan. Dan 1 informan yang mengacu pada kedua sumber yakni teman dan iklan di media sosial.

c. Evaluasi Alternatif

Pada tahap evaluasi alternatif ini, konsumen akan mencari tahu mengenai beberapa produk yang diminatinya. Setelah konsumen mengumpulkan informasi mengenai jawaban alternatif terhadap produk *e-wallet*, maka konsumen akan mengevaluasi pilihan dan menyederhanakan pilihan pada alternatif yang diinginkan. Berdasarkan hasil wawancara, AD mengatakan:

“eee karena mereka cuman ngomong tentang spaylater ajasih karna yang awam kan itu jadi pembahasannya itu aja yang aku tangkap cuman spaylater”²¹

²¹ Wawancara dengan AD, pada tanggal 25 Februari 2023.

INL mengatakan:

“beberapa aja sih contohnya DANA, OVO, GoPay, Spaylater”²²

ADA mengatakan:

“ada GoPay, ShopeePay, DANA itusih yang aku tau”²³

SDS mengatakan:

“ada 3 GoPay, Link Aja sama DANA”²⁴

RAP mengatakan:

“dari *youtube* itu aku tau DANA si”²⁵

ES mengatakan:

“setauku cuma DANA, OVO, SeaBank, ShopeePay”²⁶

MA mengatakan:

“kalo tau si ada beberapa cuman kalo aku makenya cuman ShopeePay”²⁷

Adapun penjabaran dari beberapa *e-wallet* yang dipertimbangkan sebagai alternatif oleh para informan yang didapat dari sumber informasi pada tahap sebelumnya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Alternatif e-wallet yang dipertimbangkan

No.	Informan	Alternatif
1	AD	SpayLater
2	INL	DANA, OVO, GoPay, Spaylater
3	ADA	GoPay, DANA, ShopeePay
4	SDS	GoPay, Link Aja, DANA
5	RAP	DANA
6	ES	DANA, OVO, SeaBank, ShopeePay
7	MA	ShopeePay

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2023

²² Wawancara dengan INL, pada tanggal 26 Februari 2023.

²³ Wawancara dengan ADA, pada tanggal 27 Februari 2023.

²⁴ Wawancara dengan SDS, pada tanggal 28 Februari 2023.

²⁵ Wawancara dengan RAP, pada tanggal 01 Maret 2023.

²⁶ Wawancara dengan ES, pada tanggal 03 Maret 2023.

²⁷ Wawancara dengan MA, pada tanggal 04 Maret 2023.

Dari tabel, peneliti mendapatkan data bahwa dari informasi yang diperoleh oleh informan berdasarkan sumbernya bervariasi jumlahnya. Mereka mendapat banyak alternatif produk *e-wallet* peneliti juga menemukan bahkan ada yang lebih dari 3 produk. *E-wallet* yang didapat pada penelitian ini yaitu meliputi: 1) DANA, 2) Gopay, 3) ShopeePay, 4) OVO, 5) Spaylater, 6) SeaBank, dan 7) Link Aja.

d. Keputusan Penggunaan

Jika pada tahap evaluasi alternatif konsumen akan lebih dulu membentuk alternatif melalui serangkaian pilihan mengenai produk *e-wallet* yang ingin digunakannya. Maka setelah menyelesaikan tahap tersebut, konsumen selanjutnya akan berada pada tahap yang pasti, yaitu melakukan keputusan penggunaan. Berdasarkan hasil wawancara, ADA mengatakan:

“pake DANA, alasannya ya karna berhubung aku anak rantau jadi kalo pas dapet kiriman duit biar enak. Kalo narik kan ga ada biaya adminnya”²⁸

RAP mengatakan:

“iseng doang pake aplikasi DANA kok enak keterusan deh, karena di aplikasi DANA mudah cepat aman ga ada biaya tambahan untuk kirim dana”²⁹

MA mengatakan:

“ya karena sering belanja di shopee dan kadang kan voucher gratis ongkirnya mengharuskan pake shopeepay terus ga ada biaya penangannya”³⁰

²⁸ Wawancara dengan ADA, pada tanggal 27 Februari 2023.

²⁹ Wawancara dengan RAP, pada tanggal 01 Maret 2023.

³⁰ Wawancara dengan MA, pada tanggal 04 Maret 2023.

ADA menggunakan DANA untuk kebutuhan transaksinya didominasi untuk keperluan transfer uang bulanan dari orang tua sebab tidak dibebankan biaya admin saat melakukan penarikan saldo. Disisi lain, RAP yang berawal dari iseng kemudian merasakan kemudahan sehingga memutuskan menggunakan DANA sampai sekarang. MA juga mengatakan bahwa kebutuhan transaksinya dengan *e-wallet* didominasi untuk keperluan belanja online di Shopee. Maka dari itu, tentunya ia menginginkan produk pembayaran non tunai yang didalamnya terdapat keuntungan sekaligus fitur yang terhubung langsung dengan *e-commerce* hal itulah yang kemudian menyebabkan pilihannya jatuh kepada Shopeepay. Hal yang sama juga di ungkapkan oleh SDS.

SDS mengatakan:

“yang sering aku pake GoPay. Karena sering kepeke untuk belanja online yang diaplikasinya nyediain bayar GoPay”³¹

Ia juga menginginkan *e-wallet* yang terhubung dengan *e-commerce* karna kebutuhan didominasi belanja online. Selanjutnya

AD juga mengatakan:

“belanja barang kaya pakaian, tapi aku sering pake e-wallet spaylater tuh buat beli pulsa sih yang kaya dadakan gitulo kan biasanya disitu lebih murah. Selain kebutuhan konsumsi pakaian sama telekomunikasi aku juga pake buat transaksi kebutuhan jualan”³²

³¹ Wawancara dengan SDS, pada tanggal 28 Februari 2023.

³² Wawancara dengan AD, pada tanggal 25 Februari 2023.

INL mengatakan:

“kalo OVO biasanya untuk order kebutuhan makan aku di grab, kalo DANA untuk isi kuota sama pake spaylater”³³

ES mengatakan:

“aku cuman pake SeaBank..pake seabank biar gratis biaya admin.”³⁴

Berikutnya, AD mengatakan bahwa kebutuhan konsumsi transaksinya dengan *e-wallet* spaylater untuk belanja pakaian juga pemenuhan kebutuhan telekomunikasi sebab lebih murah. INL juga mengatakan bahwa OVO bisa memenuhi kebutuhan makan karna terhubung pada aplikasi grab, DANA memenuhi kebutuhannya dalam hal telekomunikasi. Dan ES tertarik menggunakan *e-wallet* karena untuk kebutuhan transfer tanpa biaya admin dan belanja online karna terhubung ke *e-commerce* maka ia menjatuhkan pilihannya pada *e-wallet* SeaBank.

Tabel 4.5
Keputusan pemilihan e-wallet yang tepat

No.	Informan	Keputusan	Alasan
1	AD	Spaylater	Terkoneksi <i>e-commerce</i>
2	INL	DANA, OVO	Terkoneksi ke aplikasi order makanan dan Telekomunikasi
3	ADA	DANA	Transfer tanpa Biaya admin
4	SDS	GoPay	Terkoneksi ke <i>e-commerce</i>
5	RAP	DANA	Transfer tanpa Biaya admin
6	ES	SeaBank	Transfer tanpa Biaya admin dan Terkoneksi <i>e-commerce</i>
7	MA	Shopeepay	Terkoneksi ke <i>e-commerce</i>

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2023

³³ Wawancara dengan INL, pada tanggal 26 Februari 2023.

³⁴ Wawancara dengan ES, pada tanggal 03 Maret 2023.

Berdasarkan tabel diatas, informan paling banyak melakukan keputusan penggunaan berdasarkan terkoneksi ke *e-commerce*. Kemudian disusul berdasarkan transfer tanpa biaya admin. *E-wallet* yang dirasa tepat oleh konsumen dalam penelitian ini meliputi: 1) DANA, 2) Spaylater, 3) Shopeepay, 4) OVO, 5) Gopay, 6) Seabank.

e. Pasca Penggunaan

Setelah memutuskan menggunakan produk *e-wallet* yang dirasa tepat, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. ada kemungkinan bahwa pengguna memiliki ketidakpuasan setelah melakukan penggunaan *e-wallet*, karena mungkin fitur atau manfaat yang ditawarkan oleh *e-wallet* pilihan mereka tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara AD mengatakan:

“aku sering pake e-wallet spaylater tuh buat beli pulsa sih yang kaya dadakan gitulo kan biasanya disitu lebih murah. Selain buat kebutuhan aku, itu aku kan ada sampingan jualan kan menurut akusih aku bisa jualan tapi tanpa kita keluar modal gituloh tapi kita tetep dapet untung juga dan menurut aku itu membantu banget sih. Aku pake dari januari 2021”³⁵

INL mengatakan:

“..garibet kalo untuk DANA, OVO. .. kalo OVO biasanya untuk order kebutuhan makan aku di grab, kalo DANA untuk isi kuota.. aku pake udah lama sih lebih dari satu tahunan”³⁶

ADA mengatakan:

“ya enak lebih praktis pemakaian nya lebih ringkes, kalo waktu kita mau narik posisi jaringan internet ilang atau

³⁵ Wawancara dengan AD, pada tanggal 25 Februari 2023.

³⁶ Wawancara dengan INL, pada tanggal 26 Februari 2023.

gangguan itu susahnya ga bisa narik kan. Aku lupa pastinya udh setahun kayaknya”³⁷

SDS mengatakan:

“transaksi jadi lebih mudah, cepet, kadang ada promo juga,.. masih belum semua pedagang bisa bayar pake gopay jadi tetep harus sedia uang tunai, dan ada biaya admin kalau top up saldo. Udah masuk tahun kedua pake Gopay”³⁸

RAP mengatakan:

“mempermudah transaksi sih.. biasanya buat beli pulsa hp, paket data, kirim uang ke temen. Pakai aplikasinya sudah sejak 2021”³⁹

ES mengatakan:

“..yang pasti lebih mudah bertransaksi kapan aja.. Sama buat transaksi kebutuhan kek jilbab, baju diluar kebutuhan konsumsi pribadi aku juga pake buat kalo aku buat tf kalo mau order barang si, kan kalo di bank per 1 juta pake biaya 5 ribu jadi pake seabank biar gratis. Setahun aku make ini”⁴⁰

MA mengatakan:

“lebih mempermudah pembayaran, aman juga tentunya. Kalo untuk pemakaian kurang lebih 3,5 tahun”⁴¹

Tabel 4.6
Kepuasan dalam penggunaan *e-wallet*

No.	Informan	Aspek	Alasan Pendukung	Penggunaan Ulang
1	AD	Puas	Transaksi menggunakan e-wallet shopeepaylater lebih murah	Ya
2	INL	Puas	fleksibel, mempermudah order makanan dan kuota	Ya
3	ADA	Kurang puas	fleksibel, tapi masih sering terhambat gangguan	Ya

³⁷ Wawancara dengan ADA, pada tanggal 27 Februari 2023.

³⁸ Wawancara dengan SDS, pada tanggal 28 Februari 2023.

³⁹ Wawancara dengan RAP, pada tanggal 01 Maret 2023.

⁴⁰ Wawancara dengan ES, pada tanggal 03 Maret 2023.

⁴¹ Wawancara dengan MA, pada tanggal 04 Maret 2023.

			jaringan ketika akan melakukan transaksi	
4	SDS	Kurang puas	Transaksi lebih mudah, cepat kadang ada promo. Namun belum banyak pedagang terhubung pembayaran ke Gopay sehingga harus tetap membawa uang tunai	Ya
5	RAP	Puas	Fitur nya mempermudah untuk pembelian pulsa, kuota dan transfer antar pengguna	Ya
6	ES	Puas	Puas karena gratis biaya admin, dan terkoneksi ke <i>e-commerce</i>	Ya
7	MA	Puas	Lebih mudah untuk pembayaran dan merasa aman	Ya

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2023

Dari tabel, peneliti menemukan bahwa sebanyak 5 informan merasa puas setelah memilih dan menggunakan *e-wallet* ditambah lagi dengan waktu pemakaian yang cukup lama sehingga terindikasi terjadi penggunaan ulang. Lalu, adapula 2 informan yang mengungkapkan masih merasa kurang puas dengan *e-wallet* yang digunakannya namun hal itu tidak mempengaruhi penggunaan ulang terhadap *e-wallet* yang dipilih.

2. Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi *Cashless* Menggunakan *E-wallet* Perspektif Etika Konsumsi Islam

a. Menghindari *Israf*

Konsumsi dalam Islam memperhatikan beberapa pedoman salah satunya dengan memperhatikan *israf* yaitu dengan menghindari pemborosan dan menghambur-hamburkan uang atau harta. Peneliti melihat dari frekuensi penggunaan dan pengeluaran dalam sebulan saat bertransaksi dengan *e-wallet*. Informan mengungkapkan:

AD mengatakan:

“eee ga pasti sih bisa sebulan sekali sih kalo aku.. ee palingan aku yang kaya agak seringan itu beli pulsa 150 ribu.. diwaktu-waktu tertentu sih kaya menjelang hari raya gitu boros suka bikin khilaf”⁴²

INL mengatakan:

“sekali seminggu si paling, ga sering. untuk OVO dan DANA paling sekitar 300 ribu.. OVO biasanya untuk order kebutuhan makan aku di grab, kalo DANA untuk isi kuota. Yang bikin boros itu spaylater karna buat beli barang-barang kecil perintilan yang lucu-lucu menarik bikin nagih”⁴³

ADA mengatakan:

“seminggu sekali sih kalo aku, ya karna DANA cuman dipake buat kiriman. kalo perminggunya aku kiriman 200 ribu jadi ya sekitar 800 ribuan itu aku nariknya.. iya hanya secukupnya cuman buat narik duit juga”⁴⁴

SDS mengatakan:

“ngga sering banget si sebenarnya, paling cuman 2 atau 3 kali seminggu pake itu.. tergantung apa yang dibeli ni sebenarnya,

⁴² Wawancara dengan AD, pada tanggal 25 Februari 2023.

⁴³ Wawancara dengan INL, pada tanggal 26 Februari 2023.

⁴⁴ Wawancara dengan ADA, pada tanggal 27 Februari 2023.

kurang lebih 200-300 an ribu lah paling transaksi secukupnya, karna ya harus hemat”⁴⁵

RAP mengatakan:

“1 atau 2 kali aja seminggu.. karna aku biasanya top up 100 ribu ya segituan aja sih pengeluaranku di DANA iya secukupnya aja, tidak boros”⁴⁶

ES mengatakan:

“kalo mau belanja aja sih ga bisa tentu. Tapi sebulan itu udh pasti ada transaksi karna yang kujelasin tadi aku juga pake buat transaksi selama jualan sekitar 2 jutaan. Tapi jujur kalo aku jadi makin boros untuk konsumsi pribadi makanya sekarang aku batesin saldonya”⁴⁷

MA mengatakan:

“ga mesti per minggu kadang sebulan 2 kali kadang sekali kadang ga sama sekali. haha ga bisa pastiin sih berapa karna ya cuman buat beli-beli barang di shopee”⁴⁸

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti temukan bahwa dari sisi frekuensi, transaksi dilakukan ketika hanya akan membeli kebutuhan dengan akumulasi dalam seminggu kurang dari 5 kali artinya transaksi secara *cashless* memang belum dilakukan secara intensif. Namun, jika dilihat dari sisi pengeluarannya 3 dari 7 informan merasa cenderung boros walaupun frekuensi belanjanya tidak terlalu sering karena mereka tergiur kemudahan yang didominasi fitur cicilan yang membuat kecanduan membentuk sikap berbelanja tanpa memikirkan akibat atau impulsif dan 4 informan lainnya dari hasil wawancara bahwa mereka melakukan transaksi masih sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan.

⁴⁵ Wawancara dengan SDS, pada tanggal 28 Februari 2023.

⁴⁶ Wawancara dengan RAP, pada tanggal 01 Maret 2023.

⁴⁷ Wawancara dengan ES, pada tanggal 03 Maret 2023.

⁴⁸ Wawancara dengan MA, pada tanggal 04 Maret 2023.

b. Memperhatikan Kebutuhan

Pada aspek memperhatikan kebutuhan, mahasiswa sebagai konsumen *e-wallet* juga harus mampu menyeimbangkan antara pendapatan dan pengeluaran agar tidak hanya untuk memenuhi keinginan sehingga terjerumus harus berhutang. Dalam penelitian ini, melihat dari aspek uang saku dan pekerjaan, minimal dan maksimal *top up*, dan penggunaan *e-wallet* untuk transaksi apa. AD mengatakan:

“aku biasanya dapet dari orang tua itu sebulan 750 ribu itu uang jajan sama kuliah diluar paket data dan skincare, usaha kaya boba, buket.”⁴⁹

RAP mengatakan:

“300 ribu dari ortu, aku kerja tapi sekarang blm gajian hehe. gaji aku kisaran 1 juta.”⁵⁰

ES mengatakan:

“aku udh gapernah dapet uang saku si selama kuliah ini, aku jualan skincare buat kebutuhan ku sendiri. Kalo dikira-kira penghasilan kotor sekitar 1-2juta.”⁵¹

MA mengatakan:

“uang dari ortu sekitar 600 ribu sebulan kalo penghasilan lain itu kadang2 dari jualan online.”⁵²

Dari 4 informan, peneliti menemukan bahwa selain uang saku dari orang tua mereka juga mempunyai pekerjaan sampingan, bahkan ada 1 informan ES yang tidak lagi mendapat uang saku dari orang tua selama kuliah secara mandiri ia memenuhi kebutuhan dengan usaha skincare. Selanjutnya,

⁴⁹ Wawancara dengan AD, pada tanggal 25 Februari 2023.

⁵⁰ Wawancara dengan RAP, pada tanggal 01 Maret 2023.

⁵¹ Wawancara dengan ES, pada tanggal 03 Maret 2023.

⁵² Wawancara dengan MA, pada tanggal 04 Maret 2023.

INL mengatakan:

“uang saku sebulan 1 juta uang makan, uang skincare 250 ribu terus uang beras 50 ribu aku ga kerja.”⁵³

ADA mengatakan:

“kalo aku perminggu sih, seminggunya 200 ribu aku ga kerja.”⁵⁴

SDS mengatakan:

“kurang lebih 1 juta cuman dari orang tua, aku ga kerja.”⁵⁵

Dari 3 informan lainnya, mereka hanya mendapat uang saku dari orang tua saja dan tidak ada pekerjaan sampingan sehingga dalam memenuhi kebutuhan hanya berasal dari satu sumber.

Tabel 4.7
Uang saku dan pekerjaan

No.	Informan	Uang Saku dari Orang Tua	Pekerjaan	Gaji perbulan
1	AD	750.000/bulan	Owner Minuman Boba dan Buket	-
2	INL	1.300.000/bulan	Tidak Bekerja	-
3	ADA	200.000/minggu	Tidak Bekerja	-
4	SDS	1.000.000/bulan	Tidak Bekerja	-
5	RAP	300.000/bulan	Bekerja	1.000.000
6	ES	-	Owner Skincare	1.000.000-2.000.000
7	MA	600.000/bulan	Online Shop	-

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2023

Dari tabel, pengkalisfikasian uang saku dan pekerjaan mahasiswa terlihat bervariasi, 4 informan memiliki pekerjaan sampingan dan 3 lainnya tidak bekerja hanya bersumber pada orang tua. Rata-rata uang kiriman dari orang tua berkisar Rp.300-000 – Rp.1.300.000

⁵³ Wawancara dengan INL, pada tanggal 26 Februari 2023.

⁵⁴ Wawancara dengan ADA, pada tanggal 27 Februari 2023.

⁵⁵ Wawancara dengan SDS, pada tanggal 28 Februari 2023.

perbulannya. Selain uang saku dari orang tua sebagai mahasiswa juga mencari penghasilan sendiri atau bekerja menjadi karyawan atau berwirausaha. Gaji yang mereka dapatkan kurang lebih Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000 perbulan.

Selanjutnya, peneliti melihat dari aspek minimal dan maksimal top up pada *e-wallet* dan penggunaan untuk transaksi apa saja yang dilakukan oleh mahasiswa. AD menjelaskan:

“kalo top nya sih engga sih, belanja barang kaya pakaian, tapi aku juga sering pake e wallet spaylater tuh buat beli pulsa sih yang kaya dadakan gitulo kan biasanya kan disitu lebih murah sering ada promo, sama kadang aku julan-jualan pulsa juga tuh kadang pake juga e-wallet”⁵⁶

INL mengatakan:

“kalo OVO biasanya untuk order kebutuhan makan aku di grab, kalo DANA untuk isi kuota palingan 200 ribu aku masukin ovo buat beli makan di grab. Paylater itu untuk beli barang-barang yang sifatnya kecil-kecil gitu waktu aku gabut liat-liat barang lucu gitu jadi suka keterusan beli.”⁵⁷

ADA mengatakan:

“kalo top up engga, tapi kalo narik limit 250 ribu cuman buat media kiriman dari orang tua ajasih kalo aku, kaya yang aku bilang biar pas narik ga kena admin.”⁵⁸

SDS mengatakan :

“ada palingan 30% yang ditaro e-wallet, sebagian dipegang tunai sisanya di simpen diATM untuk beli makan, beli pulsa/kuota, belanja di e-commerce.”⁵⁹

RAP mengatakan:

“ada, biasanya aku top up 100 ribu, biasanya buat beli pulsa hp, paket data, kirim uang ke temen.”⁶⁰

⁵⁶ Wawancara dengan AD, pada tanggal 25 Februari 2023.

⁵⁷ Wawancara dengan INL, pada tanggal 26 Februari 2023.

⁵⁸ Wawancara dengan ADA, pada tanggal 27 Februari 2023.

⁵⁹ Wawancara dengan SDS, pada tanggal 28 Februari 2023.

⁶⁰ Wawancara dengan RAP, pada tanggal 01 Maret 2023.

ES mengatakan:

“kalo di seabank ga ada aturan minimal top up sih, klo dari aku top upnya misal kalo ga mau belanja ya ga isi, tapi aku sisain saldo 100-200 ribu kalo misal kebutuhan mendadak. Sama buat transaksi konsumsi pribadi kek jilbab, baju, pernak pernik perempuan lah. Karna ga ada biaya admin kalo transfer buat belanja kan jadi lebih murah”⁶¹

MA mengatakan:

“kalo top up si sesuai kebutuhan aja, cuman biasanya dilebihin dikit. ya kaya buat beli baju, aksesoris cewek gitu buat pribadi karna sering banyak diskon sih klo pake e-wallet jadi tergiur buat beli terus. dan barang jualan buat olshop ku gitu di shopee”⁶²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti menemukan bahwa berdasarkan uang saku yang diperoleh mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sebagian sumber uang saku utama informan berasal dari orang tua walaupun diantaranya juga ada pemasukan tambahan dari pekerjaan sampingan dan sebagian besar tujuan penggunaan *e-wallet* untuk konsumsi. Konsumsi yang dilakukan paling mendominasi adalah untuk kebutuhan belanja *e-commerce* karna tertarik untuk membeli produk saat ada promo dengan pembayaran *cashless* dengan *e-wallet*, kemudian untuk kebutuhan makan dan telekomunikasi, dan juga ditemukan selain untuk kegiatan konsumsi diantaranya juga menggunakan *e-wallet* sebagai penunjang produktivitas pekerjaan mereka.

⁶¹ Wawancara dengan ES, pada tanggal 03 Maret 2023.

⁶² Wawancara dengan MA, pada tanggal 04 Maret 2023.

c. Memperhatikan *Maslahah*

E-wallet tentunya hadir dengan manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh penerbit. Maka dari itu, dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* tentunya mahasiswa juga harus memperhatikan tujuan untuk mendapat nilai manfaat bukan hanya untuk mencari kesenangan atau bermewah-mewah sehingga dapat menjauhkan diri dari kemudharatan. Berdasarkan hasil wawancara ADA menjelaskan:

“..aku memang kebantu sama manfaatnya ya untuk narik duit itu tadi sih biaya admin nya ga ada, tapi masih ada kendala server error karna sinyal internet yang ga stabil di semua tempat jadinya aku suka kehambat kalo mau ambil uang”⁶³

SDS juga mengatakan:

“walaupun mempermudah aku masih ngerasa kurang maksimal sih soalnya ga semua pedagang itu nyediain pembayaran non tunai pake e-wallet jadi masih harus nyediain uang tunai”

AD mengatakan:

“nilai manfaat nya sih ada karna aku pake fitur cicilan jadi bisa jadi cadangan kalo aku butuh sesuatu mendadak kaya pulsa misal lagi ga megang uang tunai. Terus diluar konsumsi pribadi ya bisa aku buat modal usaha juga.”

INL, RAP, ES, dan MA juga mengatakan mereka merasakan dan mempertimbangkan manfaat dari penggunaan *e-wallet* namun mereka belum menggunakannya untuk pembayaran utama dalam kegiatan konsumsi sehari-hari, *e-wallet* masih dijadikan opsi pendukung untuk transaksi tertentu saja.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa mahasiswa dalam menggunakan pembayaran *cashless* dengan *e-wallet* masih belum maksimal bahwa *e-wallet* dapat menunjang aktivitas pembayaran sehari-hari mereka. Hal tersebut diindikasikan karena

⁶³ Wawancara dengan ADA, pada tanggal 27 Februari 2023.

tidak semua aktivitas transaksi dapat dilakukan secara online karena belum semua pedagang yang ada disekitar mereka apalagi di daerah pedesaan yang terkoneksi dengan pembayaran *cashless*, ditambah lagi dengan belum meratanya kestabilan jaringan internet di masing-masing daerah tempat tinggal mereka.

C. Pembahasan

Penelitian ini telah memaparkan data lapangan tentang proses perilaku konsumen mahasiswa dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* beserta perspektifnya dalam etika konsumsi Islam. Kemudian peneliti akan membahas temuan-temuan dilapangan dalam uraian sebagai berikut:

1. Proses Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi *Cashless* Menggunakan *E-wallet*

Penelitian ini menemukan aspek yang mendominasi pada setiap tahapan proses perilaku konsumen, yakni: 1) pengenalan masalah (fleksibel dan kemudahan), 2) sumber pencarian informasi (sumber pribadi: teman dan sumber komersil: iklan di media sosial dan *youtube*), 3) keputusan penggunaan (terkoneksi banyak *e-commerce*, biaya admin murah, *e-wallet* yang dipilih: DANA, Shopeepay, Spaylater, OVO, Gopay, Seabank, 4) pasca pembelian (tingkat kepuasan dari manfaat fitur dan penggunaan ulang).

Temuan pertama adalah, aspek fleksibel dan kemudahan dalam pengenalan masalah konsumen, sebagai dorongan untuk menggunakan *e-wallet*. Berawal dari situasi pandemi yang mengharuskan masyarakat

melakukan *social distancing* mahasiswa memerlukan solusi dalam memenuhi kebutuhannya agar kegiatan transaksi tidak harus keluar rumah dan bersentuhan tangan. Penelitian Dini Haryati menjelaskan, sebagian besar masyarakat khususnya dikalangan milenial menggunakan *e-wallet* selama masa pandemi covid-19 ini. Dengan menggunakan alat pembayaran seperti ini lebih memudahkan layanan masyarakat sehingga mengurangi resiko terinfeksi virus corona.⁶⁴ Aspek fleksibel yang merujuk pada *e-wallet* dapat digunakan kapanpun dan dimanapun tanpa batasan waktu. Kemudian aspek mudah digunakan yakni *e-wallet* banyak memberikan fitur dan terkoneksi dengan berbagai *e-commerce* sehingga mudah digunakan oleh konsumen. Sejalan juga dengan penelitian terdahulu menjelaskan aspek fleksibel dan mudah digunakan juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan *e-wallet*.⁶⁵

Temuan kedua, sumber pribadi dan sumber komersil pada proses pencarian informasi. Menurut kotler dan armstrong setelah konsumen terangsang kebutuhan mereka akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak dari berbagai sumber⁶⁶. Dalam penelitian ini, yang paling mendominasi yang pertama sumber pribadi yaitu teman, di lingkungan kampus mahasiswa tentunya memiliki relasi pertemanan

⁶⁴ Dini Haryati, "Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19," *Jurnal Business Innivation & Entrepreneurship Journal* 3, No. 1 (2021): 38.

⁶⁵ Mariesa Giswandhani dan Amalia Zul Hilmi, "Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar," *Kareba Jurnal Ilmu Komunikasi*, No. 2/Juli-Desember (2020): 248.

⁶⁶ Rudi Irwansyah et al, *Perilaku Konsumen* (Bandung: CV. Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 4.

dalam lingkup tersebut mereka sering membahas topik mengenai *e-wallet* sehingga satu sama lain saling terpengaruh oleh informasi yang semakin akurat karna berasal dari orang-orang terdekat yang mereka percaya yaitu teman. Pengaruh sosial memiliki respon yang baik terhadap minat dan perilaku penggunaan dompet digital (*e-wallet*) mereka terdorong untuk menggunakan *e-wallet* karna rekomendasi dari teman dengan nilai *mean* 4.215.⁶⁷ Kemudian berdasarkan sumber komersil yaitu iklan, berawal dari iklan yang muncul pada media sosial dan *youtube* di akun pribadi mereka sehingga muncul dalam diri keinginan untuk mencobanya. Iklan dari media sosial, televisi dan aplikasi lain menjadi sumber informasi mahasiswa tentang *e-wallet*.⁶⁸

Temuan ketiga, *e-wallet* yang mereka pilih dan dianggap paling tepat meliputi: 1) DANA, 2) Spaylater, 3) Shopeepay, 4) OVO, 5) Gopay, 6) Seabank. Dalam penelitian ini, mahasiswa menentukan keputusan penggunaan berawal dari melihat kebutuhan mereka yang paling dominan pada saat akan melakukan transaksi untuk belanja online dan transfer uang. Sehingga mereka membutuhkan solusi pembayaran yang terkoneksi ke banyak *e-commerce* dan biaya admin murah. Maka dari itu aspek yang paling mendominasi dalam tahap keputusan penggunaan adalah karna karena *e-wallet* yang mereka pilih terkoneksi ke banyak *e-commerce* kemudian disusul dengan biaya admin yang lebih murah. Merchant dalam

⁶⁷ Irman Maulida Sunarya, "Pengaruh faktor persepsi minat penggunaan layanan dompet digital (*e-wallet*) melalui pendekatan *teori technology acceptance model (tam)*," *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* No. 3 (2022): 1419.

⁶⁸ Hizbul Hadi Nawawi, "Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Emik* No. 3 (2020): 203.

e-commerce biasanya menawarkan promo-promonya yang semakin menarik yang menjadi daya tarik penggunaannya untuk menggunakan *e-wallet* dalam berbelanja.⁶⁹

Temuan keempat, Pada penelitian ini tingkat kepuasan didasarkan pada manfaat fitur dan penggunaan ulang. Konsumen pada tahap pasca penggunaan akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. Perilaku ini mempengaruhi penggunaan ulang dan juga mempengaruhi ucapan-ucapan konsumen kepada pihak lain tentang produk *e-wallet* tersebut.⁷⁰ Penelitian ini menemukan sebanyak 5 informan merasa puas setelah memilih dan menggunakan *e-wallet* karena banyak fitur yang ditawarkan oleh *e-wallet* membantu mereka seperti mempermudah transaksi order makanan belanja online, dan minim biaya admin dan fitur cicilan yang membantu konsumen minim modal dalam berdagang. *E-wallet* membantu menunjang dan memudahkan transaksi sehingga berpengaruh pada produktivitas bisnis mereka.⁷¹ Ditambah lagi dengan waktu pemakaian yang cukup lama rata-rata 1-3 tahun sehingga terindikasi terjadi penggunaan ulang. Lalu, adapula 2 informan yang mengungkapkan masih merasa kurang puas dengan *e-wallet* yang digunakannya sebab belum banyak pedagang yang terhubung pembayaran *e-wallet* dan sering adanya sedikit gangguan internet namun hal itu tidak mempengaruhi penggunaan ulang terhadap *e-wallet* yang dipilih.

⁶⁹ Hizbul Hadi Nawawi., 203.

⁷⁰ Rudi Irwansyah et al, *Perilaku Konsumen.*, 13.

⁷¹ Citra Antareza et al, "Persepsi Pelaku Usaha Kecil terhadap Penggunaan E-wallet Sebagai Sistem Pembayaran." *IRWS* (2021): 1051.

2. Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi *Cashless* Menggunakan *E-wallet* Perspektif Etika Konsumsi Islam

Dalam *Islam* setiap perilaku manusia sudah diatur, begitupun dalam konsumsi. Islam mengatur manusia dalam kegiatan-kegiatan konsumsi agar membawa manusia ke konsumsi yang berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Dalam Islam etika konsumsi berpedoman pada menghindari *Israf*, memperhatikan kebutuhan, memperhatikan *masalahah*. Maka dari itu, Islam memerintahkan manusia untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat agar tidak terjadi kegiatan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa dari sisi frekuensi, transaksi dilakukan ketika hanya akan membeli kebutuhan dengan akumulasi dalam seminggu kurang dari 5 kali artinya transaksi secara *cashless* memang belum dilakukan secara intensif. Namun, jika dilihat dari sisi pengeluarannya 3 dari 7 informan merasa cenderung boros walaupun frekuensi belanjanya tidak terlalu sering karena mereka tergiur kemudahan yang didominasi fitur cicilan yang membuat kecanduan dengan kemudahan yang ada ini menunjukkan bahwa tidak membutuhkan waktu yang cukup lama bagi konsumen untuk mengambil keputusan dalam melakukan transaksi dengan *e-wallet* sehingga membentuk sikap berbelanja tanpa memikirkan akibat atau impulsif. Hal tersebut tentunya mengarah pada masih kurangnya pemahaman mahasiswa sebagai

konsumen mengenai aturan berkonsumsi dalam Islam seperti apa dan bagaimana sehingga penggunaan uang elektronik untuk konsumsi sehari-hari belum sesuai dengan ajaran Islam. Berlandaskan pada firman Allah SWT: “*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.*”⁷²

Peneliti juga menemukan bahwa berdasarkan uang saku yang diperoleh mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sebagian sumber uang saku utama informan berasal dari orang tua walaupun diantaranya juga ada pemasukan tambahan dari pekerjaan sampingan dan sebagian besar tujuan penggunaan *e-wallet* untuk konsumsi. Konsumsi yang dilakukan paling mendominasi adalah untuk kebutuhan belanja *e-commerce* karna tertarik untuk membeli produk saat ada promo dengan pembayaran *cashless* dengan *e-wallet* kebanyakan informan sering menggunakannya dalam bertransaksi, suka mengalokasikan waktu untuk hiburan diri, dan tertarik untuk membeli produk saat ada promo sehingga menjadi konsumtif dengan pembayaran non tunai. Walaupun gaya hidup yang dimiliki responden tinggi dan selalu mengikuti trend, juga ditemukan selain untuk kegiatan konsumsi diantaranya juga menggunakan *e-wallet* sebagai penunjang produktivitas pekerjaan mereka. Mujahid berkata, “jika manusia membelanjakan semua hartanya untuk kebenaran, maka hal itu

⁷²Qur'an Kemenag In MS. Word 2019, Q.S. Al-A'raf 7:31.

bukanlah tindakan boros, tetapi jika ia membelanjakannya bukan untuk kebenaran meskipun hanya satu mud maka ia adalah pemboros.”⁷³

Kemudian, peneliti menemukan bahwa mahasiswa dalam menggunakan pembayaran *cashless* dengan *e-wallet* masih belum maksimal bahwa *e-wallet* dapat menunjang aktivitas pembayaran sehari-hari mereka. Walaupun ada manfaat yang dirasakan dalam efektivitas mereka memudahkan pembayaran dan produktivitas pekerjaan mereka. Namun, Hal tersebut diindikasikan karena tidak semua aktivitas transaksi dapat dilakukan secara online karena belum semua pedagang yang ada disekitar mereka apalagi di daerah pedesaan yang terkoneksi dengan pembayaran *cashless*, ditambah lagi dengan belum meratanya kestabilan jaringan internet di masing-masing daerah tempat tinggal mereka. Dengan begitu peneliti simpulkan bahwa manfaat penggunaan *e-wallet* belum sepenuhnya mendominasi terciptanya *cashless society* sebab pembayaran secara *cashless* belum terlaksana secara maksimal *e-wallet* masih menjadi opsi pembayaran pendukung dalam berkonsumsi.

⁷³ Yusuf al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam.*, 143.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini telah menjawab dua pertanyaan penelitian yang disimpulkan sebagai berikut:

1. Proses perilaku konsumen mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2019 dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet*, yaitu:
1) pengenalan masalah (fleksibel dan kemudahan), 2) sumber pencarian informasi (sumber pribadi: teman dan sumber komersil: iklan di media sosial dan *youtube*), 3) keputusan penggunaan (terkoneksi banyak *e-commerce*, biaya admin murah, *e-wallet* yang dipilih: DANA, Spaylater, Shopeepay, OVO, Gopay dan Seabank), 4) pasca penggunaan (tingkat kepuasan dari manfaat fitur dan penggunaan ulang).
2. Perilaku konsumen dalam bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* dilihat dari etika konsumsi Islam belum maksimal. Dari sisi pengeluarannya 3 dari 7 informan merasa cenderung boros konsumen tidak membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengambil keputusan dalam melakukan transaksi dengan *e-wallet* sehingga membentuk sikap berbelanja tanpa memikirkan akibat atau impulsif. kebanyakan informan tertarik untuk membeli produk saat ada promo sehingga menjadi konsumtif serta gaya hidup yang dimiliki informan cukup tinggi dan selalu mengikuti trend. manfaat penggunaan *e-wallet* belum sepenuhnya mendominasi terciptanya *cashless society* sebab pembayaran secara

cashless belum terlaksana secara maksimal *e-wallet* masih menjadi opsi pembayaran pendukung dalam berkonsumsi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran-saran yang peneliti sarankan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019 Pengguna E-wallet

Dibalik keunggulan yang ditawarkan *e-wallet*, mahasiswa juga harus tetap mengontrol dirinya untuk belajar lebih produktif, seperti rajin menabung dan memanfaatkan *e-wallet* untuk menunjang kegiatan dalam konsumsi yang baik dan seimbang. Sehingga tidak terjebak dalam gaya hidup konsumtif dan bisa lebih bijak menggunakan teknologi fintech seperti *e-wallet* ini sehingga dapat mendorong terciptanya *cashless society*.

2. Bagi Pemerintah dan Perguruan Tinggi

Kontribusi mahasiswa sebagai generasi muda terbesar yang menggunakan alat pembayaran *cashless* dengan *e-wallet* diharapkan pemerintah untuk meningkatkan literasi keuangan karena akan berdampak pada perilaku keuangan yang dimiliki terutama dengan adanya *cashless society*. Perguruan tinggi juga diperlukan dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan keuangan secara akademis maupun non akademis terutama terkait dengan perkembangan teknologi pada bidang keuangan,

selain itu mendukung adanya implementasi pada *cashless* atau transaksi pembayaran non tunai menggunakan *e-wallet*.

DAFTAR PUSTAKA

- A Muri Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prameda Media, 2016.
- Al- Qaradhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2021.
- Aneke Nurdian Dwi Sari et al. "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-money) terhadap Perilaku Konsumen." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* No. 1/ 2020.
- Bank Indonesia. "Apa Itu Elektronifikasi." Dalam www.bi.go.id diakses pada 6 November 2022.
- Bhaskar Chakravoti, Benjamin D. Mazzotta. "The Cost of Cash in The United States." *The Fletcher School Tufts University*. 2013.
- Antareza, Citra et al. "Persepsi Pelaku Usaha Kecil terhadap Penggunaan E-wallet Sebagai Sistem Pembayaran." *IRWS* 2021.
- Firmansyah, M. Ihsan Dacholfany. *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam*. Lampung: CV. IQRA, 2018.
- Haryati, Dini. "Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19." *Bussines Inovation & Entrepreneurship Journal* No. 1/2021.
- Hizbul Hadi Nawawi. "Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Emik* No. 2/2020.
- Irman Maulida Sunarya. "Pengaruh faktor persepsi minat penggunaan layanan dompet digital (*e-wallet*) melalui pendekatan *teori technology acceptance model (tam)*." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* No. 3/2022.
- Irwansyah, Rudi et al. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. Widina Bhakti Persada, 2021.
- J. Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2022.
- M. Anang Firmansyah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

- Mariesa Giswandhani, Amalia Zul Hilmi. "Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar." *Kareba Jurnal Ilmu Komunikasi* No. 2/Juli-Desember 2020.
- Nadhilah, Putri et al. "Efektifitas Penggunaan E-wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian." *JEMMA (Jurnal of Economic, Management, and Accounting)* No. 2/2021.
- Ni Made Ayu Dwijayanti et al. "Penggunaan Sistem Pembayaran E-money Berbasis Server Untuk Mendukung Gerakan Cashless Society Pada Generasi Milenial." *E-journal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* No. 10/2022.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik.
- Rahmayanti, Frida Yanti Sirait. "The Use of Islamic Cashless Society as a Community Need in The New Normal Period." *Proceeding International Seminar on Islamic Studies* No. 1/2022.
- Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alaudin University Press, 2016.
- Renstra FEBI IAIN Metro Tahun 2020-2023
- Rif'ah, Sifwatir. "Fenomena Cashless Society di Era Milenial dalam Perspektif Islam." *Journal of Sharia Economics* No. 1/2019.
- Riskianto, Anggar et al. "The Moderation Effect of Age on Adopting E-Payment Technology." *Procedia Computer Science* No. 124/2017.
- Rizqi, Hasbia et al. "Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society." *Jurnal Visionida* No. 2/2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0214/ln.28.1/J/TL.00/02/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Hotman (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : SEPTIANA
NPM : 1903010062
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : CASHLESS SOCIETY TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM (STUDI PADA
MAHASISWA EKONOMI SYARIAH IAIN METRO ANGGKATAN 2019)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 08 Februari 2023
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011

OUT LINE

CASHLESS SOCIETY TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019)

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
NOTA DINAS
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Cashless Society (Masyarakat Tanpa Uang Tunai)
- B. E-wallet (Dompet Digital)
 - 1. Pengertian E-wallet
 - 2. Jenis-jenis E-wallet
 - 3. E-wallet Dalam Pandangan Islam
- C. Perilaku Konsumen
 - 1. Pengertian Perilaku Konsumen
 - 2. Proses Pembentukan Perilaku Konsumen
 - 3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen
- D. Etika Konsumsi Islam

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Metode Pengumpulan Data
- D. Teknik Uji Keabsahan Data

E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
 - 1. Sejarah Singkat Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro
 - 2. Visi dan Misi FEBI IAIN Metro
 - 3. Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro
- B. Hasil
 - 1. Proses Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi *Cashless* Menggunakan *E-wallet*
 - 2. Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi *Cashless* Menggunakan *E-wallet* Perspektif Etika Konsumsi Islam
- C. Pembahasan
 - 1. Proses Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi *Cashless* Menggunakan *E-wallet*
 - 2. Perilaku Konsumen Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019 dalam Bertransaksi *Cashless* Menggunakan *E-wallet* Perspektif Etika Konsumsi Islam

BAB V PENUTUP

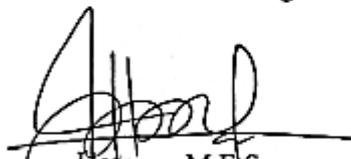
- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dosen Pembimbing



Hotman, M.E.Sy
NIDN. 2011098002

Metro, 21 Februari 2023
Mahasiswa Peneliti



Septiana
NPM.1903010062

ALAT PENGUMPULAN DATA

(APD)

CASHLESS SOCIETY TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019)

A. Wawancara

1. Bagaimana tujuan anda melakukan transaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* ?
2. Bagaimana anda memperoleh informasi mengenai *e-wallet* ?
3. Berapakah jumlah *e-wallet* yang kemudian anda ketahui ?
4. Bagaimana alasan anda akhirnya memilih produk *e-wallet* tersebut ?
5. Bagaimana manfaat atau kendala menggunakan *e-wallet* tersebut dan sejak kapan anda mulai menggunakannya ?
6. Apakah anda bertransaksi dengan *e-wallet* hanya secukupnya, tidak berlebihan atau boros, alasannya ?
7. Berapakah frekuensi penggunaan *e-wallet* anda dalam seminggu ?
8. Berapakah pengeluaran atau uang yang anda belanjakan dalam sebulan menggunakan *e-wallet* ?
9. Bagaimana ketika anda menggunakan *e-wallet*, untuk memenuhi kebutuhan atau sekedar keinginan ?
10. Berapakah uang yang anda terima dari orang tua dalam sebulan, selain uang dari orang tua, apakah anda bekerja ?
11. Apakah ada batas maksimal dan minimal saat anda *top up e-wallet*, alasannya ?
12. Bagaimana biasanya anda menggunakan *e-wallet*, untuk transaksi apa ?

18/02/23, 10.46

IZIN RESEARCH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0426/In.28/D.1/TL.00/02/2023
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0427/In.28/D.1/TL.01/02/2023,
tanggal 24 Februari 2023 atas nama saudara:

Nama : **SEPTIANA**
NPM : 1903010062
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di dan Bisnis Islam IAIN Metro, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "CASHLESS SOCIETY TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM (STUDI PADA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH IAIN METRO ANGKATAN 2019)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 24 Februari 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Mufliha Wijayati M.S.I.
NIP 19790207 200604 2 001

28/02/23, 10.46

SURAT TUGAS



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0427/In.28/D.1/TL.01/02/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : SEPTIANA
NPM : 1903010062
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di dan Bisnis Islam IAIN Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "CASHLESS SOCIETY TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM (STUDI PADA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH IAIN METRO ANGKATAN 2019)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 24 Februari 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Mufliha Wijayati M.S.I.

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Mufliha Wijayati M.S.I.
NIP 19790207 200604 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-117/In.28/S/U.1/OT.01/03/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : SEPTIANA
NPM : 1903010062
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903010062

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 16 Maret 2023
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Septiana
NPM : 1903010062
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Cashless Society Terhadap Perilaku Konsumen Perspektif Etika Konsumsi Islam (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2019)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 15%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 24 Maret 2023
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP. 198906022020121011



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41307, Fax (0725) 47296, Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Septiana Jurusan/Prodi : FEBI/ESy
NPM : 1903010062 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Feb 16/22 /11	<ul style="list-style-type: none">- Beler sampai masalah yg harus diteliti- UBM > Caritak fenomena yg ada mengenai pnygnan Ewallet.- Dibukung by data yg unggul ewallet- PR > lihat Cetak Caspa apa yg harus torabomori pr PR✓ Teori harus menggunakan variabel judul (Isa pnygunaan jasa Ewallet)✓ Metapan : <ul style="list-style-type: none">↳ Teknik sampling↳ Teknik uji beabsahat↳ Teknik analisis data.✓ Seperfiapa lha memnula sebrak beciumpunya dlm penelitian in	

Dosen Pembimbing,

Hutman, M.F., Sy
NIDN. 2011098002

Mahasiswa ybs,

Septiana
NPM. 1903010062



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Septiana Jurusan/Prodi : FEBI/ESy
NPM : 1903010062 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 09/02 11	✓ Pl folenik sampling as Britain yg ditentukan harus ada alasannya. ✓ Model awal 30 halaman (Chiparengyuk)	

Dosen Pembimbing,

Hotman, M.E., Sy
NIDN. 2011098002

Mahasiswa ybs,

Septiana
NPM. 1903010062



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : SEPTIANA Jurusan/Prodi : FEBI/Esy
NPM : 1903010062 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum'at 16/ 2022 /12	Ace proposal skripsi y di seminar. dan seminar proposal skripsi FEBI IAIN Metro	

Dosen Pembimbing,

Hoxhan, M.E.Sy
NIDN 2011098002

Mahasiswa ybs,

SEPTIANA
NPM. 1903010062



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SEPTIANA Jurusan/Prodi : FEBI/Esy
NPM : 1903010062 Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Abv 15/2-2023	Parakerini, Pahami sorta Cari tebusa sampling yg lebih tepat ✓ Digunakan dg Pengumpulan data!	
	Senin 20/2-2023	ACC BAB I-III lanjut APD & Outline	

Dosen Pembimbing,

Halipon, M.E.Sy
NIDN 2011098002

Mahasiswa ybs,

SEPTIANA
NPM. 1903010062



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SEPTIANA Jurusan/Prodi : FEBI/Esy
NPM : 1903010062 Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 21/08/23 /02	ACE APP-Offline	

Dosen Pembimbing,

Hotman, MIE.Sv
NIDN. 2011098002

Mahasiswa ybs,

SEPTIANA
NPM. 1903010062



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SEPTIANA Jurusan/Prodi : FEBI/Esy
NPM : 1903010062 Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 16/3/2023	ACC BAB IV - V lanjutan u/ diujikan dan ujian kejurangan FEBI IAIN Metro	

Dosen Pembimbing,

Hofman, M.E.Sy
NIDN. 2011098002

Mahasiswa ybs,

SEPTIANA
NPM. 1903010062



Wawancara dengan bapak Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom Staff Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni untuk mendapatkan data mengenai Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Metro



Wawancara dengan informan mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019 pengguna *e-wallet* (AD)



Wawancara dengan informan mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019 pengguna *e-wallet* (INL)



Wawancara dengan informan mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019 pengguna *e-wallet* (ADA)



Wawancara dengan informan mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019 pengguna *e-wallet* (SDS)



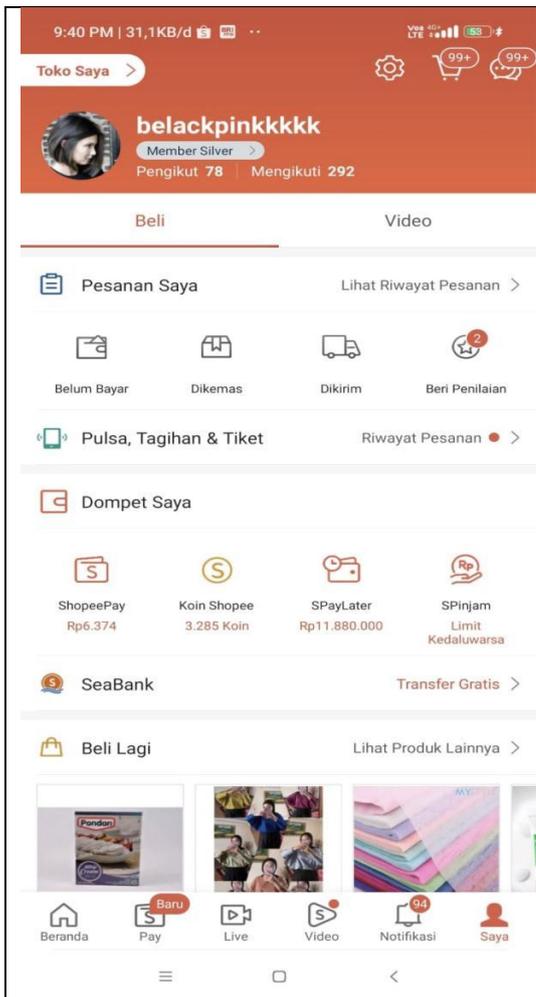
Wawancara dengan informan mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019 pengguna *e-wallet* (RAP)



Wawancara dengan informan mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019 pengguna *e-wallet* (ES)



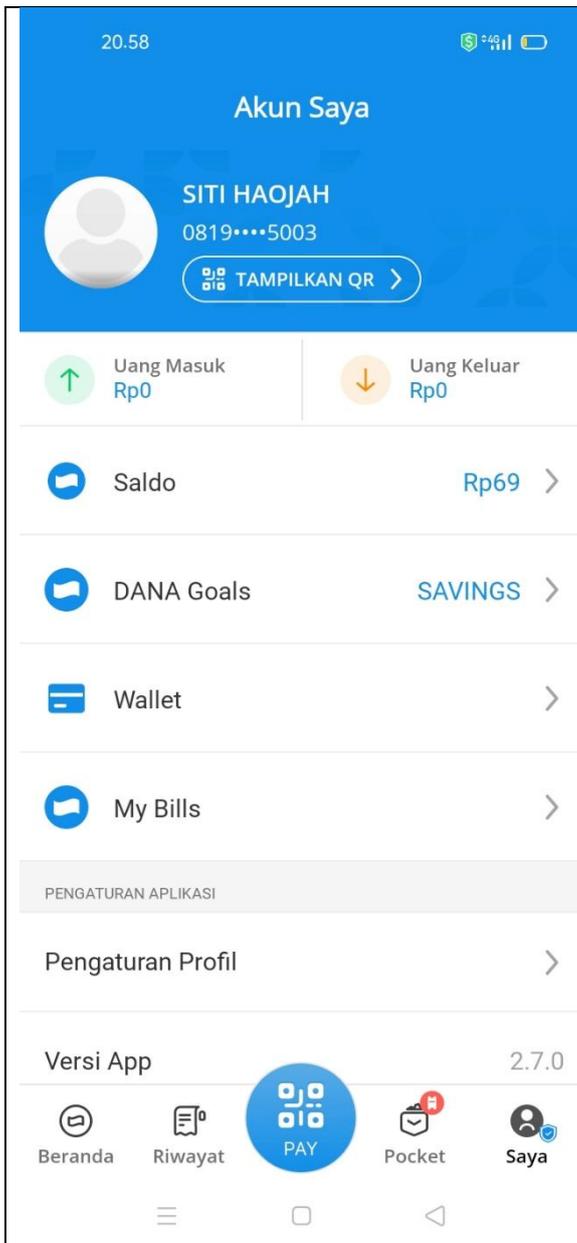
Wawancara dengan informan mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019 pengguna *e-wallet* (MA)



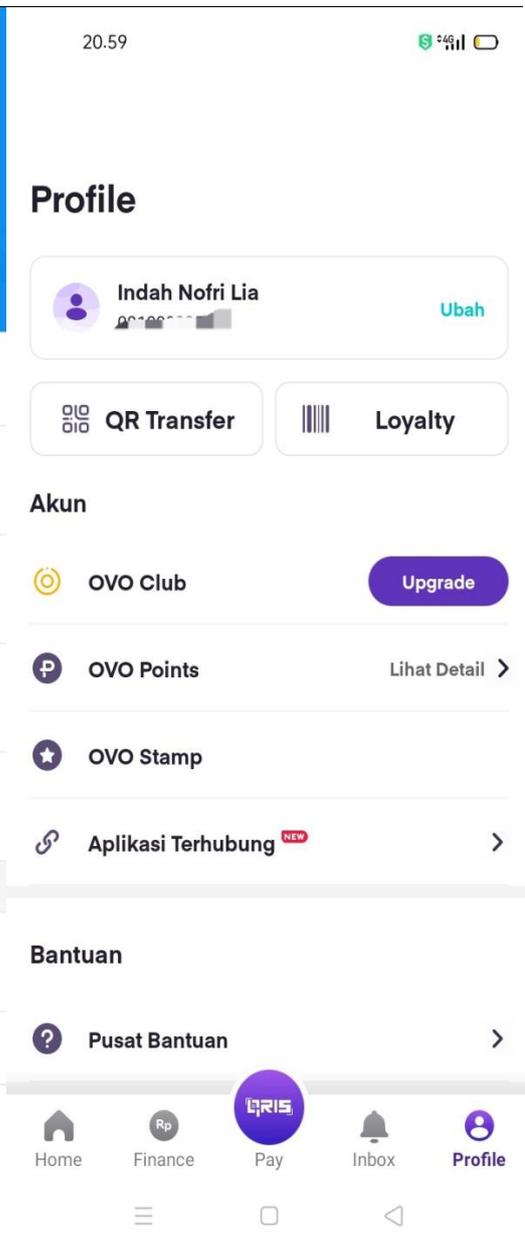
Profil Akun *e-wallet* Spaylater (AD)



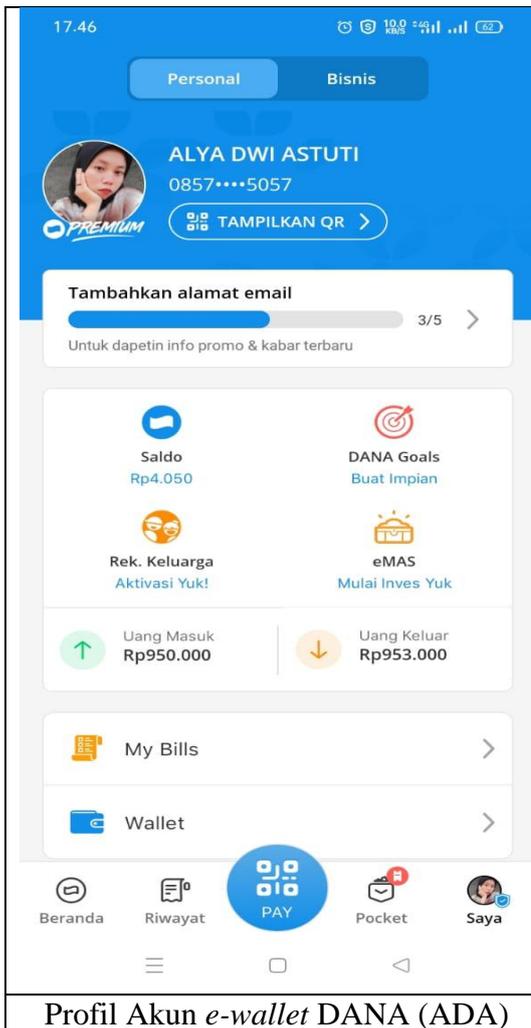
Profil Akun *e-wallet* Spaylater (AD)



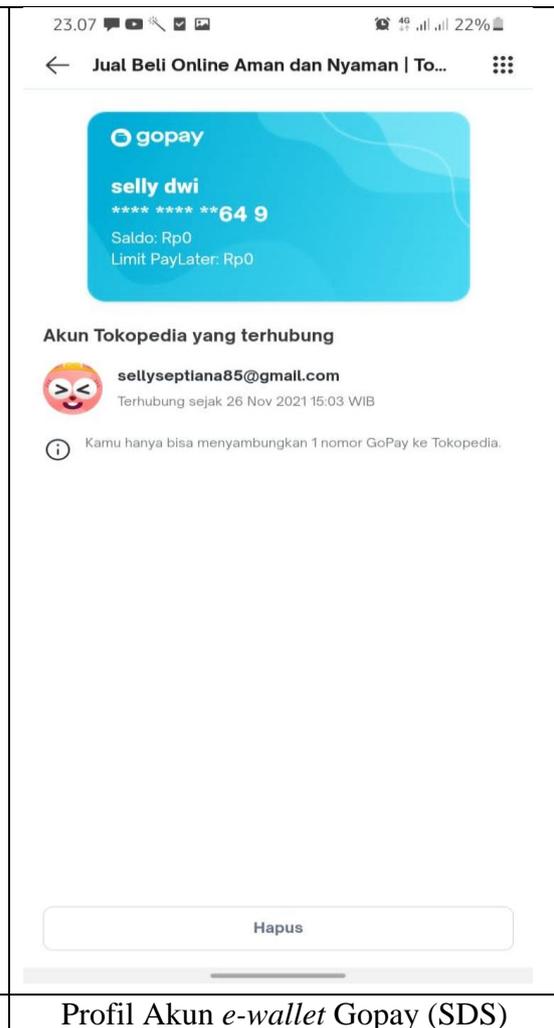
Profil Akun *e-wallet* DANA (INL)



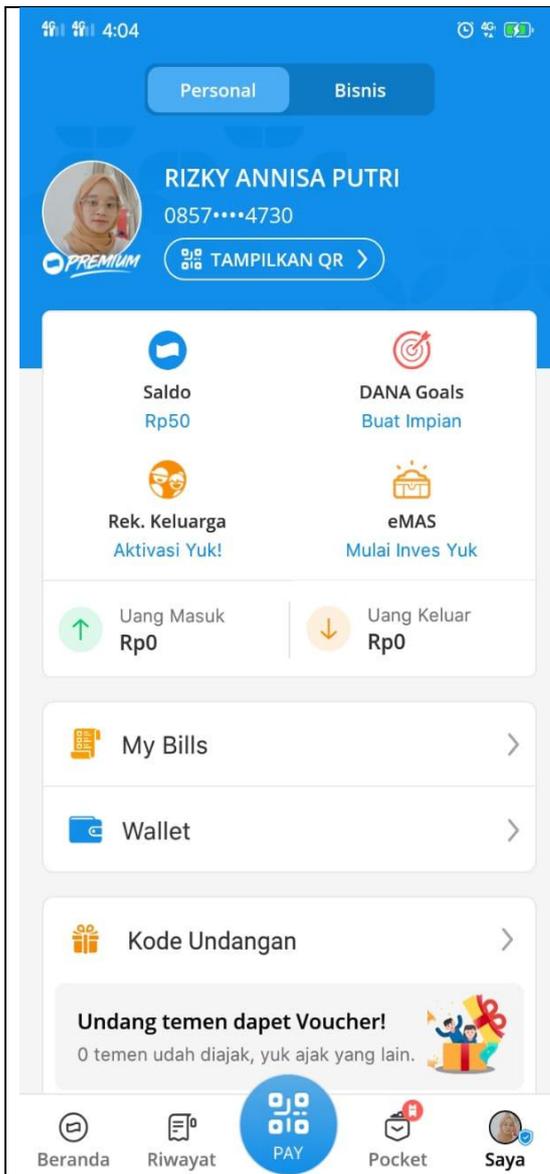
Profil Akun *e-wallet* OVO (INL)



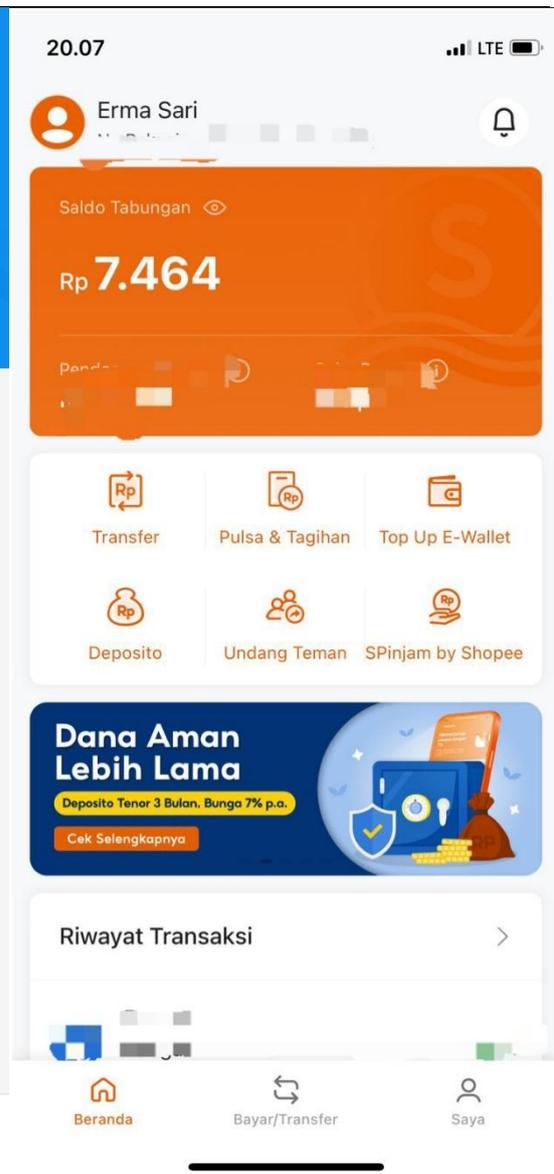
Profil Akun *e-wallet* DANA (ADA)



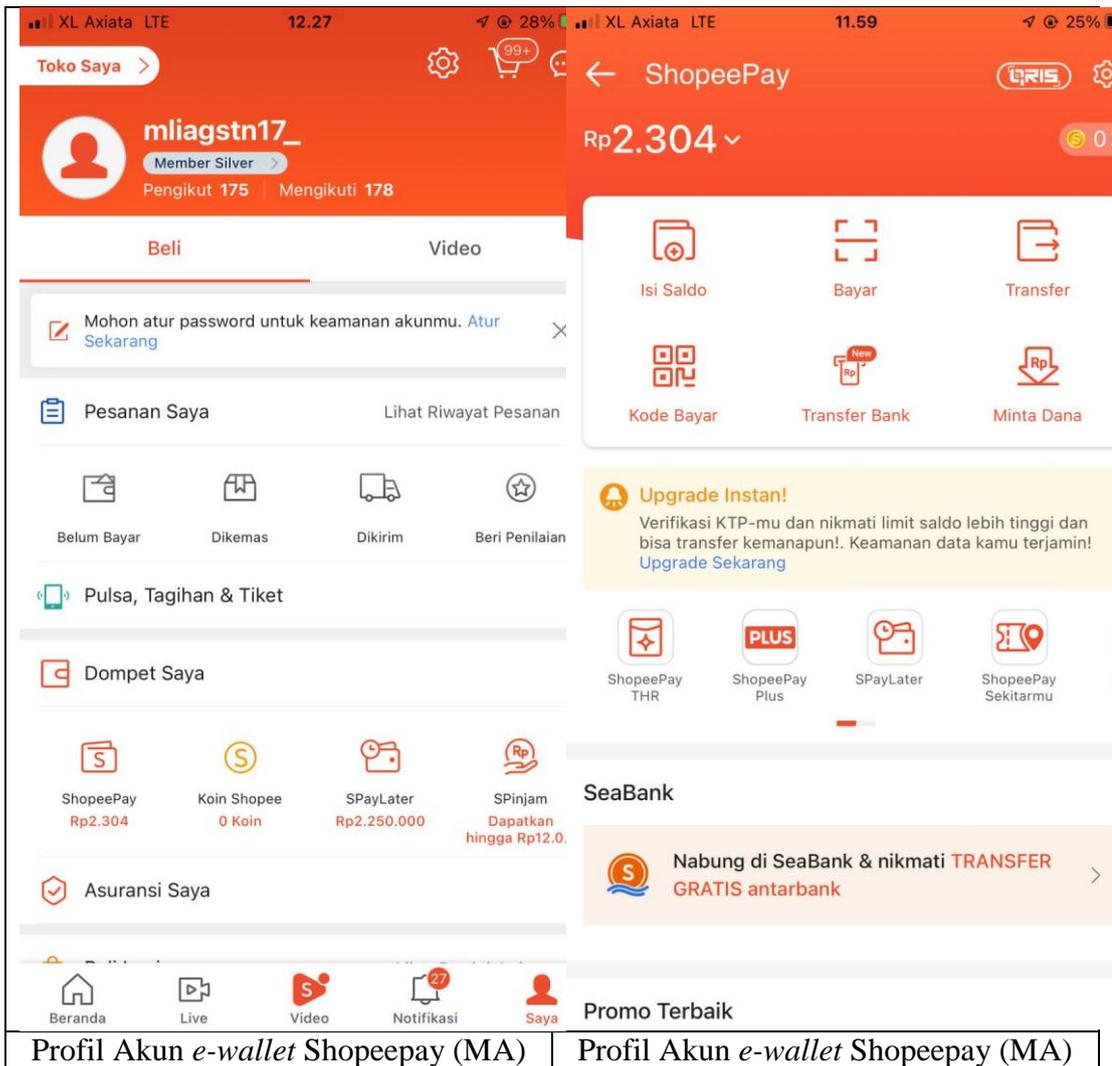
Profil Akun *e-wallet* Gopay (SDS)



Profil Akun *e-wallet* DANA (RAP)



Profil Akun *e-wallet* Seabank (ES)



Profil Akun e-wallet ShopeePAY (MA)

Profil Akun e-wallet ShopeePAY (MA)

RIWAYAT HIDUP



Peneliti Septiana, yang dilahirkan pada tanggal 24 September 2002, bercita-cita menjadi wanita karir dan pengusaha. Peneliti merupakan anak ketiga dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak Kiyatno dan Ibu Mujilah, yang bertempat tinggal di Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang. Peneliti sangat bangga dan bahagia karena dilahirkan di keluarga yang penuh cinta dan kasih sayang, berkat doa dan dukungan dari keluarga secara material maupun non material peneliti dapat menyelesaikan pendidikannya.

Peneliti menyelesaikan pendidikan yang pernah ditempuh di SD Negeri 01 Banjar Agung lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan di SMP Negeri 01 Banjar Baru lulus pada tahun 2016, kemudian melanjutkan sekolah di SMK Nusantara Unit 2 Tulang Bawang lulus pada tahun 2019, dan kemudian peneliti melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi yaitu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dan memilih jurusan S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.