

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN *QUICK RESPONSE
CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)* DAN PROMOSI *E-
WALLET* TERHADAP FENOMENA *CASHLESS SOCIETY*
DALAM PERSPEKTIF *MASLAHAH***

SKRIPSI

Oleh:

Syafrina Wildania

NIM : G94218227



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya, (Syafрина Wildania, G94218227), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkannya nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Surabaya, 4 Agustus 2022



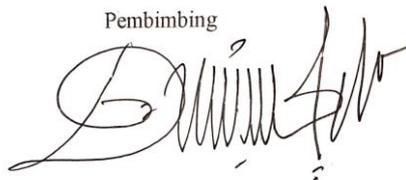
Syafрина Wildania
NIM. G94218227

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Syafrina Wildania NIM : G94218227 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 05 Agustus 2022

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dwi Koerniawati', written in a cursive style.

Dwi Koerniawati, S.E., MA., AK., CA

NIP. 198507122019032010

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH LITERASI KEUANGAN *QUICK RESPONSE CODE*
INDONESIAN STANDARD (QRIS)* DAN PROMOSI *E-WALLET
TERHADAP FENOMENA *CASHLESS SOCIETY*
DALAM PERSPEKTIF MASLAHAH

Oleh
Syafrina Wildania
NIM: G94218227

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 10 Agustus 2022 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji

1 Dwi Koerniawati, S.E., MA., AK., CA
NIP: 198507122019032010
(Penguji 1)

2 Dr. Andriani Samsuri, S.Sos, MM.
NIP. 197608022009122002
(Penguji 2)

3 Andhy Permadi, M.Kom
NIP: 198110142014031002
(Penguji 3)

4 Luqita Romaisyah, S.A., M.A
NIP: 199210262020122018
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 10 Agustus 2022



Dekan,
Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 1970051420000310014



KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syafrina Wildania
NIM : G94218227
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : syafrinawildania@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul:

PENGARUH LITERASI KEUANGAN *QUICK RESPONSE CODE* *INDONESIAN STANDARD (QRIS)* DAN PROMOSI *E-WALLET* TERHADAP FENOMENA *CASHLESS SOCIETY* DALAM PERSPEKTIF *MASLAHAH*

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikan, dan menampilkan/ mempublikasikan di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan/atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 4 November 2022
Penulis

Syafrina Wildania

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* Dan Promosi Pada *E-wallet* Terhadap Fenomena *Cashless society* Dalam Perspektif *Maslahah*” merupakan penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan untuk menjawab pertanyaan apakah literasi keuangan *QRIS* dan promosi *e-wallet* berpengaruh terhadap fenomena *cashless society* serta mengetahui manfaat fenomena *cashless society* menurut pandangan perspektif *maslahah*.

Metodologi penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif melalui teknik pengambilan sampel dengan *non probability sampling* melalui metode *accidental sampling*. Populasi yang diterapkan pada penelitian ini adalah masyarakat berdomisili Jawa Timur yang sudah pernah menggunakan memanfaatkan promosi *e-wallet* dan (*QRIS*) setidaknya satu kali pemakaian. Teknik pengumpulan data dengan memakai kuesioner yang disebar dan selanjutnya dianalisis menggunakan software SmartPLS 3.0 dan menggunakan wawancara narasumber berbeda dengan responden untuk melengkapi data penelitian.

Variabel literasi keuangan *QRIS* (X1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap fenomena *cashless society* akibat peningkatan literasi keuangan *QRIS* tidak disertai dengan tindakan masyarakat selalu menggunakan *QRIS* saat bertransaksi, keberagaman alat pembayaran non tunai yang ada di Indonesia. Variabel promosi *e-wallet* (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap fenomena *cashless society* karena responden yang menerima teknologi pembayaran baru secara *cashless* melalui *e-wallet*, promosi yang tersedia pada *platform e-wallet* dan lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap *cashless*. Fenomena *cashless society* membawa pengaruh tidak baik jika digunakan dengan meningkatkan konsumsi yang kurang bermanfaat. Konsep *maslahah* sebagai pengendali dari sehingga fenomena *cashless society* mendapat keberkahan baik dunia dan akhirat.

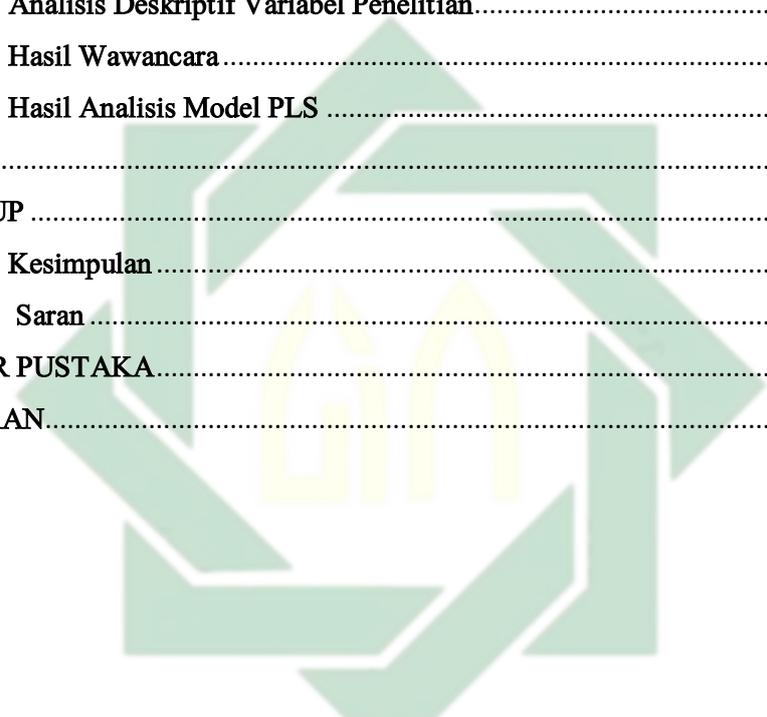
Saran penelitian untuk Bank Indonesia selalu meningkatkan edukasi dan sosialisasi literasi keuangan khususnya *QRIS* kepada masyarakat agar masyarakat mengerti dan menggunakan *QRIS*, *Platform e-wallet* selalu memberikan promosi dan memberikan citra yang positif sehingga pengguna *e-wallet* meningkat dan juga berdampak pada meningkatnya masyarakat dalam bertransaksi secara *cashless*. Untuk peneliti selanjutnya memperluas variabel penelitian agar tidak hanya focus terhadap literasi keuangan *QRIS* dan promosi *e-wallet* sehingga dapat menemukan faktor yang baru terkait fenomena *cashless society*.

Kata Kunci : Literasi Keuangan *QRIS*, Promosi *E-wallet*, *Cashless society*, *Maslahah*

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Kontribusi Penelitian	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
3.1 Landasan Teori	14
3.2 Kajian Literatur Terdahulu	30
3.3 Kerangka Konseptual	37
3.4 Hipotesis	38
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.3 Sumber dan Jenis Data	42
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Instrumen Penelitian	46

3.7	Variabel Penelitian	50
3.8	Definisi Operasional	51
3.9	Analisis Data	55
BAB IV		58
HASIL PENELITIAN		58
4.1	Deskriptif Data Penelitian	58
4.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	61
4.3	Hasil Wawancara	71
4.4	Hasil Analisis Model PLS	77
BAB V		96
PENUTUP		96
5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....		99
LAMPIRAN.....		104



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Pengumpulan Data.....	446
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	539
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	585
Tabel 4. 2 Penilaian Interval.....	60
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Literasi Keuangan <i>QRIS</i>	63
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Promosi <i>E-wallet</i>	64
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Cashless Society	70
Tabel 4.6 Profil Narasumber.....	73
Tabel 4. 7 Loading Factor.....	79
Tabel 4. 8 Nilai Avarage Variance Extracted (AVE)	81
Tabel 4. 9 Hasil Cross Loading.....	81
Tabel 4. 10 Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE	83
Tabel 4. 11 Composite Reliability	84
Tabel 4. 12 R Squere	86
Tabel 4. 13 Hasil Path Coefficient.....	86
Tabel 4. 14 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	89

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Platform E-wallet</i> yang Disukai Pelanggan.....	6
Gambar 2. 1 Sistematika <i>QRIS</i>	18
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 4. 1 Output Bootstrapping.....	83



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dampak percepatan transformasi digital akibat adanya pemanfaatan teknologi dan internet mempunyai peran yang sangat besar pada penerapan pembayaran non-tunai di Indonesia. Kini instrumen pembayaran di Indonesia memanfaatkan kartu (APMK) dan uang elektronik (*e-money*) pada setiap transaksi pembelian.

Menurut data Bank Indonesia dari tahun 2015-2021 terjadi peningkatan pemanfaatan alat pembayaran melalui kartu (APMK) dan uang elektronik (*e-money*) pada masyarakat di Indonesia. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah mengenal dan memanfaatkan uang elektronik pada setiap aktivitas kehidupan.

Bank Indonesia dalam websitenya mencatat bahwa nilai transaksi digital mencapai Rp 4.314,3 triliun dengan rincian transaksi uang elektronik (UE) tumbuh 66,65 persen (yoy) mencapai Rp34,6 triliun. Nilai transaksi pembayaran memanfaatkan kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit juga meraih pencapaian 14,39 persen (yoy) menjadi Rp711,2 triliun (www.bi.go.id, 2021).

Definisi Uang Elektronik (*electronic money*) yaitu instrument pembayaran yang diluncurkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit kemudian disimpan secara elektronik pada media

seperti server atau chip yang diatur oleh penerbit dan bukan merupakan simpanan seperti pada undang-undang terkait perbankan. Batas maksimum saldo uang elektronik yang terdaftar menjadi Rp. 20 juta. Dan Batas Maksimum nilai transaksi bulanan pun meningkat menjadi Rp 40 juta per bulan. Evolusi batas maksimal saldo dan nilai transaksi tersebut berlaku untuk uang elektronik registered baik yang basisnya chip maupun server. Bank Indonesia juga meningkatkan batas maksimal transaksi *QRIS* dari Rp 5 juta menjadi Rp 10 juta yang berlaku mulai 1 Maret 2022. Perubahan limit transaksi dan penyimpanan saldo uang elektronik dapat mendorong peningkatan konsumsi masyarakat untuk menunjang *recovery* ekonomi (www.bi.go.id, 2022).

Fenomena penggunaan system pembayaran non – tunai dengan menggunakan kode QR (*Quick Response*) merupakan inovasi yang diciptakan untuk pembayaran menggunakan *e-wallet*. Contoh aplikasi *e-wallet* yang tersedia di Indonesia seperti GoPay, OVO, Dana, Link Aja, ShopeePay yang berkolaborasi dengan berbagai merchant online (official store) maupun offline.

Pada tanggal 17 Agustus 2019, Bank Indonesia meluncurkan *Quick Response (QR) Code* untuk pembayaran yang disebut *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*. Peraturan *QRIS* tertuang pada Peraturan Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/ 2019 tentang implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk pembayaran (Bank Indonesia, 2019b).

Layanan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang sudah dipublikasikan pada februari 2022 oleh Bank Indonesia telah dimanfaatkan oleh masyarakat sehingga nilai transaksi *QRIS* tumbuh 305,49% (*year-on-year/yoy*) ke Rp4,52 triliun. Sementara volume transaksi *QRIS* juga tumbuh 268,64% (*yoy*) ke 54,91 juta. Pengguna *QRIS* pada tahun 2021 mencapai 10 juta pengguna dan target Bank Indonesia pada tahun 2022 yaitu 15 juta pengguna *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.

Transaksi pembayaran non-tunai dengan memanfaatkan *QRIS* mempunyai beberapa keunggulan yakni mudah, cepat, praktis, up to date dan juga terlindungi dan diawasi oleh Bank Indonesia. Namun terdapat resiko dan kendala menggunakan *QRIS* yang masih membuat masyarakat ragu untuk beralih bertransaksi menggunakan uang non-tunai dan *QRIS*. Diantaranya kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap keamanan data yang diunggah dan kebiasaan menggunakan uang tunai masih melekat pada masyarakat (Sentanu et al., 2020).

Penelitian Indonesian's Acceptance of Non-Cash Transaction Using *QRIS* pada tahun 2021 memaparkan sebanyak 55% responden tidak tahu dan belum pernah mengetahui tentang *QRIS*, 31 % tahu mengenai *QRIS* dan 14% merespon dengan ragu – ragu. Penelitian ini memastikan bahwa terdapat masyarakat yang belum mengetahui terkait *QRIS*. Dan fakta di masyarakat masih belum mengetahui *QRIS* meskipun mereka sudah menggunakan *e-wallet*

untuk bertransaksi akan tetapi transaksi tersebut menggunakan transfer bukan melalui scan kode QR (Setiyono, 2021).

Pentingnya sosialisasi dan edukasi oleh Bank Indonesia kepada penyedia merchant dan masyarakat terkait pemahaman kemudahan implementasi layanan Quick Response Code Indonesian Standard (*QRIS*). Quick Response Code Indonesian Standard (*QRIS*) ini telah disuport 19 bank konvensional, 1 bank syariah dan 10 lembaga non bank (Bank Indonesia, 2019a).

Ulama menanggapi terkait perkembangan uang elektronik dengan mengesahkan fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017 mengenai uang elektronik syariah. Fatwa tersebut menjelaskan dalam penyediaan dan penggunaan uang elektronik harus terlepas dari transaksi riba, gharar, tahlis dan risywah. Dengan kehadiran *e-wallet* sebagai pembaruan system yang perlu diperhatikan adalah kesesuaian pemanfaatan *e-wallet* dengan ketentuan syariah islam (Majelis Ulama Indonesia NO: 116/DSN-MUI/IX/2017, 2017).

Prinsip *e-wallet* dalam Islam yakni menjaga harta (hifzul maal). Konsepnya yang pertama yakni *e-wallet* uang elektronik yang keamanannya terjamin dengan dilengkapi PIN ataupun password yang dapat menjaga atau menghalangi dari segala bentuk kriminal. Konsep yang kedua yakni penggunaan *e-wallet* harus sesuai dengan syariat islam dan terhindar dari perkara yang dilarang oleh syariat. Konsep yang ketiga yakni terhindar dari pembelian yang berlebihan karena terdapat batas maksimal transaksi

menggunakan *e-wallet*. Prinsip ini sesuai dengan fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017 terkait penggunaan uang elektronik syariah (Ni'mah & Yuliana, 2020).

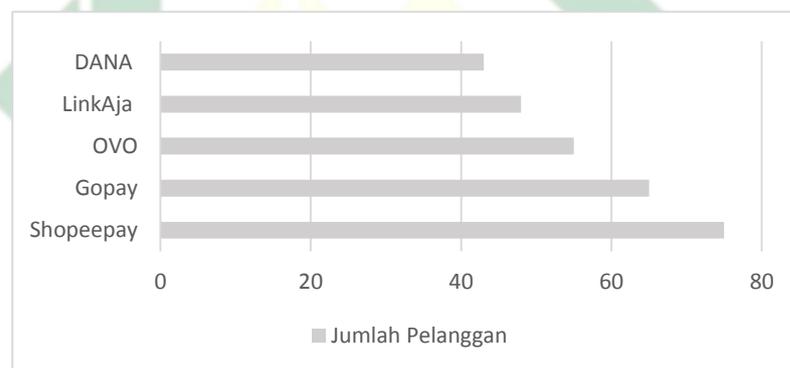
Layanan *e-wallet* juga mempunyai beberapa resiko kejahatan yaitu kasus penipuan yang terjadi pada aplikasi mobile *e-wallet* yaitu Go-Pay. Penipuan tersebut dilakukan dengan meminta kode OTP (one-time password) milik pengguna *e-wallet*. Jumlah kerugian yaitu sekitar 11 juta. Pada tahun 2020 Maia Estianty juga menjadi korban penipuan, peretas menggunakan fitur call forward dan SMS forward. Pelaku dapat mengetahui pesan yang masuk pada ponsel Maia termasuk juga kode OTP dan mengambil seluruh saldo GoPay. Pelaku memanfaatkan ketidaktahuan informasi bahwa kode OTP adalah kode yang sangat penting yang tidak boleh diseahkan kepada siapapun saat bertransaksi menggunakan aplikasi (Adam (ItWorks), 2020).

Bank Indonesia telah melegalkan 41 dompet digital dengan lima *platform* yang mempunyai pengguna terbesar di Indonesia yaitu *platform* dompet digital OVO mencapai 58,9% persen pengguna, selisih sedikit dengan *platform* GoPay sebanyak 58,4% pengguna. Selanjutnya *platform* ShopeePay 56,4% dan DANA sebesar 55,7%. Sementara *platform* Link Aja dibawah 50% pengguna (dailysocial.id, 2021).

Laporan Bank Indonesia merilis bahwa nilai transaksi uang elektronik meningkat sebesar 42,06 persen selama year on year (y-on-y) pada triwulan pertama tahun 2022. BI juga menaksir nilai transaksinya akan meningkat 18,03

persen (y-on-y) menjadi Rp360 triliun sepanjang tahun 2022 (GoodStats, 2022).

Tidak dapat dihindari bahwa digitalisasi pembayaran non tunai sedang berkembang di masyarakat. Perusahaan *platform e-wallet* berlomba memamerkan trik dengan menawarkan diskon yang sangat banyak untuk mengundang daya minat konsumen. Dengan berbagai pesan pada promosi yang dijalankan oleh perusahaan *e-wallet* membuat masyarakat tergiur sehingga terjadi peningkatan pengguna *e-wallet*.



Sumber : Katadata.co.id. Data diolah

Gambar 1.1 Platform E-wallet yang Disukai Pelanggan untuk Program Promosi

Menurut publikasi Katadata.co.id memaparkan hasil survey Jakpat pada tahun 2021 terhadap 2.292 responden yang tersebar di berbagai provinsi di Indonesia menunjukkan bahwa *e-wallet* Shopeepay menjadi *e-wallet* favorit konsumen karena mempunyai promosi yang banyak. Shopeepay tidak terlepas dengan perusahaan induknya yaitu Shopee. Sehingga masyarakat banyak yang menggunakan karena kelengkapan barang yang tersedia di shopee sehingga

banyak orang yang mengakses shopee dan membayar menggunakan shopeepay.

Penelitian (Hasbia Rizqi Annisa Sita Ramadanti, Jubaedah Nawir, 2021) mendeskripsikan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan pada *cashless society*, artinya semakin baik literasi keuangan yang dimiliki generasi Z jurusan Manajemen UPNVJ maka semakin baik juga perilaku keuangan pada *cashless society*.

Pada penelitian (Reny Dwijayanti, 2021) juga menjelaskan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia menyukai adanya promo jika berbelanja. Penelitian berbeda juga memaparkan pengaruh promosi elektronik pada *e-wallet* telah menciptakan pembelian impulsif dengan strategi cashback, diskon, dan coupons (Oktivera & Wirawan, 2020). Penelitian yang relevan juga dilangsungkan oleh (Rully Adhiyani & Indriyanti, 2021) dorongan pesan promosi selling pada *e-wallet* dapat mengalihkan motivasi masyarakat yang awalnya menetapkan aplikasi ini untuk menunjang kenyamanan bertransaksi sehingga membentuk motivasi untuk mencukupi hasrat ambisi hedonis.

Peningkatan efisiensi, kemudahan dan inklusivitas yang didukung oleh integrasi ekonomi keuangan digital sehingga dapat menjadi fenomena gaya hidup baru ini dinamakan *cashless society* di masyarakat. Masyarakat yang dalam kesehariannya bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai dan beralih pada uang elektronik.

Masyarakat memandang cashless bukan hanya sekedar adaptasi dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari melainkan juga memenuhi kebutuhan sosial dengan berwujud pengakuan sosial yang dapat menunjukkan kemampuan jati diri. Kemudahan yang didapat dari *cashless society* dapat menjadi fenomena budaya baru di masyarakat.

Menurut hasil survei Katadata Insight Center (KIC) bersama Kredivo pada 9 Juni 2021 memaparkan bahwa *e-wallet* menjadi metode pembayaran digital terfavorit di e-commerce. Sebanyak 65% responden menggunakan *e-wallet* ketika berbelanja online. 51% responden menentukan pilihan transfer bank atau virtual account sebagai alat pembayaran di e-commerce. Selanjutnya 39% responden memilih pembayaran melalui minimarket. 27% menjawab fitur pembayaran dengan menyicil atau payletter, 11% menggunakan kartu debit, 6% menggunakan kartu kredit dan 1% memilih menggunakan metode digital lainnya (Center Katadata Insight (KIC), 2021)

Menelaah hasil survei erat kaitannya dengan pola konsumsi masyarakat dalam kehidupan modern. Beberapa penelitian yang mengkaji terkait kemudahan cashless berdampak pada pola konsumsi sebagai berikut: Pertama, penelitian (Giswandhani & Hilmi, 2020) mendeskripsikan bahwa diperoleh pengaruh langsung yang substansial antara keluasan transaksi non-tunai dengan sikap konsumtif masyarakat kota Makasar. Kedua, penelitian (Insana & Johan, 2021) penelitian ini penggunaan uang elektronik mempunyai

pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap berlebihan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI.

Perilaku kurang baik akibat fenomena *cashless society* ini membutuhkan batasan untuk mengurangi perilaku konsumtif dan hedonism. Agama islam mempunyai batasan untuk manusia mewujudkan keinginannya yakni *halal, thayyib* dan tidak berlebihan. Agama Islam menganjurkan untuk tidak berlebihan agar mempertahankan keseimbangan yang adil.

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۗ

إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Dalam pandangan Islam, kebutuhan ditentukan oleh masalahah. Konsep al-*masalahah* yaitu menjaga atau memelihara syara'. Semua kegiatan yang mampu memenuhi kesejahteraan dunia dan akhirat (falah) bagi manusia disebut kebutuhan atau needs, dan upaya memenuhi tujuan tersebut adalah sebuah kewajiban dalam beragama. Dalam berperilaku konsumsi harus sejalan dengan rasionalitas konsumsi seorang konsumen. Sehingga konsep *masalahah* menjadi pengendali diri dari semua hal yang membawa al-mafsadah

(kerusakan) bagi manusia sehingga dapat menata jauh lebih baik bagaimana pola konsumen untuk bertransaksi.

Menurut hipotesis penulis budaya *cashless society* yang sedang menjadi fenomena di masyarakat sangat erat kaitannya dengan tingkat literasi keuangan masyarakat. Ditambah dengan system *QRIS* yang menjadi alat baru yang ada di masyarakat memerlukan edukasi dan sosialisasi sehingga tingkat literasi keuangan di masyarakat meningkat. Keberhasilan *cashless society* juga dikarenakan banyaknya penerapan promosi yang dilakukan oleh *platform e-wallet*. Semakin banyaknya promosi *e-wallet* juga berpengaruh pada tingkat *cashless society* yang berkembang di masyarakat. Namun fenomena *cashless society* mempunyai dampak buruk pada perilaku konsumtif masyarakat. Sehingga perlu adanya tinjauan *masalah* sehingga dapat menjadi pengendali dalam budaya baru *cashless society*.

Dari pemaparan yang sudah disampaikan pada latar belakang, peneliti mempunyai ketertarikan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dan Promosi E-wallet Terhadap Fenomena *Cashless society* dalam Perspektif *Maslahah*.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* terhadap fenomena *cashless society*?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi *e-wallet* terhadap fenomena *cashless society*?
3. Bagaimana fenomena *cashless society* ditinjau dari perspektif *masalah*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui terdapat pengaruh literasi keuangan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* terhadap fenomena *cashless society*.
2. Untuk mengetahui terdapat pengaruh promosi *e-wallet* terhadap fenomena *cashless society*.
3. Untuk mengetahui fenomena *cashless society* menurut pandangan perspektif *masalah*

1.4 Manfaat Penelitian

Secara singkat kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini mampu bermanfaat bagi Bank Indonesia terkait hasil penyebaran informasi dan pengetahuan terkait penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* pada masyarakat sehingga dapat menjadi evaluasi Bank Indonesia.
2. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan *e-wallet* terkait efektivitas adanya promosi yang tersedia pada *e-wallet* terhadap minat masyarakat menggunakan *e-wallet* sehingga dapat menjadi evaluasi perusahaan *e-wallet*.
3. Hasil penelitian ini untuk menambah khazanah literatur perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terkait referensi dan tambahan wawasan bagi peneliti dan sumbangsih pemikiran terhadap teori yang berkaitan dengan fenomena saat ini yaitu *cashless society*.

1.5 Kontribusi Penelitian

1. Untuk Masyarakat dan Pembaca

Penelitian ini dapat memberi pengetahuan terkait hasil penelitian yang telah dilakukan kepada pengguna *e-wallet* dan pembaca sebagai referensi penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini mengangkat pembahasan terkait pengaruh literasi keuangan *QRIS* yang merupakan standard baru pembayaran non-tunai dengan menggunakan barcode dan dengan adanya promosi

voucher dan *cashback* pada *e-wallet* terhadap fenomena *cashless society* dan adanya perspektif *masalah* sebagai pengendali untuk tetap konsumsi sesuai dengan syariat Islam.

2. Bank Indonesia

Penelitian ini dapat menjadi acuan dan evaluasi bagi Bank Indonesia. Literasi keuangan *QRIS* masyarakat Indonesia yang masih belum merata sangat berpengaruh pada fenomena *cashless society*. Perlu adanya peningkatan sosialisasi dan edukasi yang lebih terkait penggunaan *QRIS* dalam kehidupan sehari-hari kepada masyarakat.

3. Perusahaan *E-wallet*

Penelitian ini juga menjadi bahan evaluasi strategi marketing perusahaan *e-wallet* bahwa terdapat pengaruh positif strategi promosi pada *e-wallet* untuk meningkatkan pengguna *e-wallet*. Perusahaan dapat membuat dan meningkatkan berbagai macam strategi marketing sehingga dapat menarik minat masyarakat menggunakan *e-wallet* dan menjadi salah satu alasan adanya fenomena *cashless society* di masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Landasan Teori

3.1.1 Teori Pelaku Terencana (*Theory of Planned Behaviour*)

Teori yang diciptakan oleh Ajzen (1991) berkaitan dengan karakter perbuatan yang berasal dari pribadi masing-masing. Teori ini penyempurnaan pemikiran Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 terkait *theory reasoned action*.

Theory of Planned Behavior adalah teori yang mengutarakan bahwa hubungan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi akan memengaruhi niat perilaku individu untuk menunaikan sebuah tindakan seseorang atau individu.

Teori perilaku terencana (*theory planned behavior*) terdiri dari 3 variabel independent. Yang pertama yaitu sikap berhubungan dengan perilaku seseorang menunaikan evaluasi terkait sesuatu yang bersifat menguntungkan dan tidak menguntungkan. Kedua merupakan faktor sosial disebut norma subjektif, norma tersebut merujuk pada tekanan sosial yang dirasakan. Ketiga merupakan kontrol perilaku yang berarti persepsi individu terkait kemudahan dan kesulitan untuk mengerjakan perilaku tertentu yang merujuk pada keyakinan seseorang dalam melakukan suatu perilaku.

Teori ini berlandaskan anggapan manusia mempunyai kebiasaan bersikap bijaksana dan mempertimbangkan informasi yang diperoleh untuk memperhitungkan pengaruh dari tindakannya, Teori ini dimanfaatkan untuk

mendeskripsikan variabel pentingnya literasi keuangan *QRIS* terhadap fenomena *cashless society* di masyarakat.

3.1.2 TAM (*Technology Acceptance Model*)

Tahun 1989 Davis et al menyampaikan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan faktor respons teknologi baru berbasis informasi secara umum dan menjelaskan tingkah laku pengguna (Syahril & Rikumahu, 2019).

Model TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu model yang mempunyai tujuan menakar tingkat akseptasi sebuah teknologi baru di masyarakat. TAM dikembangkan dari TRA (*Theory Reasoned Action*) yang mempunyai fokus pada perilaku psikologis individu terhadap suatu objek. Terdapat dua variabel yaitu kemudahan penggunaan dan manfaat dalam model TAM Klasik.

Konsep dari model TAM ini bagaimana pengguna menerima teknologi baru. Faktor yang ditetapkan untuk memvariasi pengembangan teori TAM yakni faktor persepsi manfaat (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi risiko (*perceived risk*).

TAM mampu mengukur penerimaan suatu sistem informasi atau teknologi dari persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Dalam penelitian ini, model TAM dimanfaatkan untuk mengukur tingkat penerimaan masyarakat terhadap adanya *QRIS* dan *e-wallet* dalam kegiatan transaksi dalam sehari hari.

3.1.3 Literasi Keuangan *QRIS*

3.1.3.1 Literasi Keuangan

Definisi Literasi bersumber dari kata bahasa *latin* yakni litera (huruf). Literasi dalam bahasa inggrisnya yakni *literacy* dan sering diartikan sebagai keaksaraan. Secara harfiah literasi adalah seseorang yang memiliki kemampuan membaca dan menulis.

Pengertian literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu wawasan, ketrampilan dan asumsi yang dapat memotivasi sikap dan perilaku akan berdampak pada peningkatan kualitas pengambilan keputusan dan manajemen keuangan untuk menuju kesejahteraan. Oleh karena itu dengan adanya pengetahuan literasi keuangan yang bagus mampu membantu manajemen keuangan sehingga tersusun secara sistematis dan bisa dipertanggungjawabkan

Penelitian Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2019 yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memaparkan bahwa indeks literasi sebesar 38,03% dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Data indeks literasi tersebut meningkat dari data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2016. Dari data survey tersebut, mayoritas penduduk Indonesia masih belum menguasai dengan baik ciri khas berbagai produk layanan dan jasa keuangan. Pengetahuan dan ketrampilan literasi mempunyai peran yang penting untuk mendukung

mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan menjaga konsumen dan akselerasi inklusi keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Menurut Amari & Jarboui, 2015 dalam (Ningtyas, 2019) mengidentifikasi bahwa demografi setiap individu dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangan. Tingkat literasi rendah ditempati oleh wanita, kaum minoritas dan golongan ekonomi menengah kebawah. Meningkatnya jenjang pendidikan diantara generasi sebelumnya menjadi salah satu faktor peningkatan literasi keuangan. Perbedaan status Negara juga menjadi pengaruh tinggi rendahnya tingkat literasi keuangan. Tingkat literasi keuangan Negara maju utamanya Negara yang ada di benua Eropa diatas 65% sedangkan tingkat literasi Negara berkembang sekitar 25%.

Peningkatan indeks literasi dan inklusi keuangan Nasional merupakan sebuah komitmen dari lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hal ini tertuang pada ketiga Misi Strategi Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 – 2025 diantaranya (1) menggunakan teknologi digital untuk akselerasi indeks literasi keuangan (2) mewujudkan akselerasi hubungan strategis dalam pelaksanaan program literasi dan edukasi keuangan dan (3) menambah akses dan ketersediaan produk dan layanan jasa keuangan yang inklusif (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

3.1.3.2 QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*)

Definisi *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)* yaitu standarisasi pembayaran Nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia

dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) menggunakan QR Code. *QRIS* diresmikan pada 17 Agustus 2019 oleh Bank Indonesia. (*QRIS.id*, 2020) Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk pembayaran tertuang dalam Dasar hukum Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/8/PADG/2019. Penerbitan dasar hukum untuk menjamin pengelolaan fasilitas pembayaran menggunakan *QRIS* di Indonesia yang beroperasi dengan baik.



Sumber : *QRIS.id*

Gambar 2. 1 Sistematika QRIS

QR code yang bersifat nasional, semua bentuk transaksi yang dilakukan menggunakan *QRIS* lebih sederhana, terjaga keamanan efektif dan efisien waktu. Sistem pembayaran saat ini hanya memerlukan sebuah QR Code untuk segala transaksi pembayaran. Bagi pelaku usaha tidak lagi mempertunjukkan banyak gambar QR code di etalase karena sistem *QRIS* terhubung dengan *e-wallet* atau layanan pembayaran yang lain.

Sistematika transaksi menggunakan *QRIS* dapat dilaksanakan dengan dua cara, yaitu *merchant presented mode* dan *customer presented mode*. Pada *merchant presented mode*, *QRIS* akan terlihat pada merchant (penjual) yang kemudian dapat dipindai oleh pembeli. Yang kedua menggunakan *customer presented mode*, pembeli dapat memperlihatkan *QRIS* discan oleh kasir memakai alat scanner yang disediakan oleh penyedia pembayaran *QR code*.

Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 24/1/PADG/2022 juga mengatur batas nominal transaksi maksimal sebanyak Rp. 10.000.000,00 sementara Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 23/8/PADG/2021 mengatur batas nominal transaksi maksimal sebanyak Rp. 5.000.000,00. ditetapkan berdasarkan manajemen resiko penerbit. (Bank Indonesia, 2022)

Dikutip dari website *QRIS.id* terdapat biaya *Merchant Discount Rate* (MDR) selaras dengan standarisasi yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. *Merchant Discount Rate* (MDR) yaitu biaya yang ditujukan dari bank kepada pengusaha dalam setiap transaksi elektronik melalui kartu debit dan kredit. Besaran MDR pada pembiayaan regular dikenakan biaya 0,7%, pembiayaan berkaitan dengan pendidikan dikenakan biaya 0,6%, transaksi di SPBU dikenakan biaya 0,4% dan transaksi bantuan sosial dikenakan biaya 0% dengan atas nama organisasi maupun yayasan. (*QRIS.id*, 2020)

3.1.4 Promosi *E-wallet*

3.1.4.1 Promosi

Kotler & Armstrong mendefinisikan bahwa promosi merupakan aktivitas yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menginformasikan kualitas barang atau jasa kepada pelanggan. (Yulia et al., 2019)

Menurut (Elsa Silaen, 2019) menjelaskan bahwa definisi promosi yaitu jenis komunikasi pemasaran yang memiliki rencana dengan menebarkan informasi dengan tujuan memberi tahu dan memperkenalkan kualitas produk dengan tujuan pelanggan bersedia mengenal, membeli produk kembali dan mempunyai loyalitas pada produk perusahaan yang sedang ditawarkan oleh perusahaan.

Jika ditarik kesimpulan yaitu promosi merupakan komunikasi antara penjual dan pembeli dengan tujuan untuk mempengaruhi pembeli sebagai target pasar sehingga pembeli mulai untuk mengenal, membeli dan mempunyai loyalitas pada produk perusahaan.

Menurut teori Kotler & Armstrong terdapat lima alat promosi di dalam bauran promosi sebagai indikator promosi :

a) Periklanan maupun *advertising*.

Segala aktivitas dalam wujud presentasi dan promosi non personal dengan menggunakan jasa pihak sponsor. Iklan mempunyai peran penting untuk mempertahankan citra dan brand image pada customer. Bentuk promosi meliputi pamflet, *broadcast*, *bliboard* dan iklan.

b) Promosi penjualan atau sales promotion

Promosi dengan menggunakan insentif atau hadiah guna menjadi daya tarik *customer* sehingga dapat mempengaruhi *customer* untuk transaksi pembelian. Misalnya: *cashback*, *voucher*, diskon.

c) Penjualan perorangan atau *personal selling*

Aktivitas presentasi marketer untuk memenuhi target pembelian dan menciptakan kebersamaan dengan pelanggan. Misalnya: presentasi, *trade show* serta *insentive* program.

d) Hubungan masyarakat atau *public relation*

Kegiatan kerjasama untuk mendapatkan publisitas dari masyarakat sehingga dapat menciptakan citra perusahaan yang baik. Misalnya: *sponsorship*, *web pages*, *spesial event* dan *press release*.

e) Penjualan langsung atau *direct marketing*

Aktivitas langsung dengan target customer untuk mendapatkan perhatian dan tanggapan customer sehingga dapat terjalin hubungan baik antara *customer* dan perusahaan. Misalnya: telephone marketing, catalog, internet dan lain sebagainya.

3.1.4.2 *E-wallet*

Definisi *E-wallet* yaitu sebuah aplikasi pembayaran secara elektronik yang tujuan diciptakannya untuk mempermudah pengguna dalam melangsungkan transaksi. Dengan aplikasi *e-wallet* pengguna langsung

bertransaksi melalui merchant yang sudah tercatat pihak pengembang *e-wallet*. (Ni'mah & Yuliana, 2020)

Peraturan Bank Indonesia pasal 1 angka 7 mengenai Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran Nomor 18/40/PBI/2016, *Electronic Wallet* merupakan media berlandaskan elektronik yang fungsinya dapat dipadukan dengan tempat menyimpan uang elektronik sebagai teknik pembayaran. (Bank Indonesia, 2016)

Penelitian (Sentanu et al., 2020) menjelaskan bahwa terdapat beberapa kelebihan dengan adanya penggunaan *E-wallet* misalnya:

a) Praktis dan Efisien.

Pengguna *E-wallet* tidak harus membawa dompet dengan isi uang tunai dan banyak nya kartu. Selain itu, pengguna bebas melakukan transaksi kapan dan dimanapun.

b) Aman

E-wallet menyediakan berbagai fitur keamanan yang telah dilengkapi oleh fasilitator aplikasi dompet digital seperti: *QR Code*, *NFC (Near Field Communication)* dan *OTP (One Time Password)*.

c) Layanan tersebar secara luas

Dengan banyaknya penyedia aplikasi *e-wallet*, pengguna dapat mengakses semua berbagai jenis aplikasi *e-wallet* hanya dengan menggunakan satu smartphone. Selain itu *e-wallet* juga tersedia

beberapa layanan yang dapat diakses seperti belanja online, pemesanan makanan, pembayaran tagihan listrik dan BPJS dan lain lain.

d) Layanan top up yang tersedia berbagai cara

Pengguna *e-wallet* tidak perlu khawatir jika kehabisan saldo *e-wallet*, karena top up atau mengisi saldo bisa dilakukan menggunakan atm, alfamart atau indomart, atau berbagi saldo dengan pengguna *e-wallet* lainnya menggunakan scan barcode.

Meski dengan banyaknya manfaat dari *e-wallet*, dalam (Sentanu et al., 2020) juga menjelaskan jika *e-wallet* juga terdapat kekurangan *e-wallet* diantaranya :

a) Penggunaan Koneksi Internet

Penggunaan internet sangat berpengaruh pada penggunaan dompet digital, yang mana jika koneksi tidak stabil atau terganggu maka akan menjadi masalah bagi pengguna karena *e-wallet* tidak dapat diakses jika tidak menggunakan internet.

b) Saldo Tidak Dapat Dicairkan.

Uang elektronik yang sudah di simpan dalam *e-wallet* tidak bisa dicairkan menjadi uang tunai melainkan hanya bisa ditransfer ke sesama pengguna *platform* dompet digital yang sejenis.

c) Resiko keamanan

Meskipun sudah ada OTP, NFC dan QR Code akan tetapi pengguna yang awam masih rentan menjadi korban penipuan yang mana akan memberikan kode - kode tersebut dengan mudahnya kepada pelaku penipuan.

Bentuk pelindung dan penjamin kepastian hukum bagi pengguna *e-wallet* dalam melakukan transaksi secara elektronik tertulis pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Selain itu, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 hasil revisi Undang-Undang No 11 tahun 2008 pasal 1 ayat 2 mengenai penjelasan transaksi elektronik telah tersusun definisi transaksi elektronik yaitu segala aktivitas transaksi pembayaran dilaksanakan memanfaatkan media elektronik. (UURI, 2016)

Dalam Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen, pada Bab VI Pasal 19 menjelaskan terkait tanggung jawab pelaku usaha dan pihak *e-wallet* perihal pemberian ganti rugi yang diberikan kepada pengguna *e-wallet* apabila layanan yang diperoleh pada *e-wallet* berlawanan dengan kontrak yang telah disetujui. Selain itu, pada Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan kepastian hukum bagi pengguna *e-wallet*. (UUPK, 1999)

3.1.5 *Cashless society*

Bank Indonesia mendefinisikan bahwa *cashless society* yaitu dampak perkembangan transaksi pembayaran akibat adanya perkembangan teknologi yang tidak bisa dihindari. Transaksi pembayaran yang semula memanfaatkan

uang tunai atau uang fisik bergeser menjadi pembayaran menggunakan non tunai. (Rif'ah, 2019)

Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 terkait Uang Elektronik yang terdapat istilah "*cashless*", masyarakat dianjurkan untuk mengganti sistem pembayaran menjadi transaksi non tunai dalam kegiatan sehari hari.

Gerakan Nasional Non Tunai yang diciptakan oleh Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014. Gerakan ini merupakan wujud nyata sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat melalui implementasi pembayaran instrumen non tunai dalam berkehidupan sehari-hari. Sehingga masyarakat terbiasa dan nyaman dengan pemakaian uang non tunai dalam berkegiatan. Terdapat beberapa faktor pendukung adanya gerakan *cashless society*, yaitu:

- 1) Pemahaman terkait potensi bahaya kecurangan dan kejahatan resiko penggunaan uang fisik seperti beredarnya uang palsu
- 2) Pengetahuan masyarakat yang jeli terhadap kelebihan penggunaan uang non tunai akan mempermudah tugas pengelola dan pengawasan pemerintah terhadap transaksi keuangan melalui laporan keuangan yang sudah otomatis tercatat jika menggunakan uang elektronik.
- 3) Transaksi tidak menyertakan pergantian uang secara riil juga akan memangkas terciptanya korupsi dan kolusi terhadap pihak yang sedang bertransaksi terkait pelayanan publik.

Dampak *cashless society* bagi Ekonomi Negara yakni perputaran uang yang semakin cepat, pertumbuhan ekonomi sebagai dampak positif dari adanya *cashless society* dan peningkatan pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM). Apalagi dengan sistem online dan adanya *platform* marketplace yang memfasilitasi dengan mudah siapapun dapat menjalankan aktivitas jual beli sehingga tidak ada kendala batasan jarak dan waktu. Pertumbuhan UMKM yang meningkat akan berdampak pada pertumbuhan GDP Indonesia.

Meskipun begitu, Untuk menjadikan *cashless society* dalam budaya di kehidupan sehari-hari mempunyai tantangan tersendiri. Pertama, system pembayaran non-tunai (*cashless*) bergantung pada kesiapan infrastruktur. Permasalahan infrastruktur yang belum menyeluruh sampai pelosok negeri, penyediaan system jaringan komunikasi, koneksi internet, listrik, perangkat ATM maupun smartphone yang masih minim jumlahnya. Kedua, diperlukan jaminan pembayaran non-tunai (*cashless*) dan yang ketiga adalah kesenjangan sosial yang terjadi pada dimensi sosial masyarakat desa dengan kota terjadi akibat kurang tingkat literasi keuangan di Indonesia.

3.1.6 Perspektif *Maslahah*

Definisi *Maslahah* berasal dari bahasa bahasa arab yaitu

صَلَحٌ - يَصْلِحُ - صَلَاحًا

Yang mempunyai terjemahan sesuatu yang mendatangkan kebaikan. Secara bahasa, kata *maslahah* bersumber dari Bahasa Arab yang sudah menjadi lazim dalam bahasa Indonesia dengan arti menciptakan kebaikan atau membawa kemanfaatan dan mencegah kerusakan. (Syarifudin, 2018)

Dalam jurnal (Syarifudin, 2018) para ulama ushul mempunyai beberapa istilah *maslahah*:

1) *Maslahah* menurut Imam Al-Ghazali :

المصلحةُ فهي عبارةٌ في الأصلِ عن جَلْبِ مُنْفَعَةٍ أو دَفْعِ مُضَرَّةٍ. وَلَسْنَا نَعْنِي بِهِ ذَلِكَ فَإِنَّ جَلْبَ الْمُنْفَعَةِ وَدَفْعَ الْمَضَرَّةِ مَقَاصِدُ الْهَلْئِ فِي تَحْصِيلِ مَقَاصِدِهِمْ. لَكِنَّا نَعْنِي بِالمصلحةِ المَحَافِظَةَ عَلَى مَقَاصِدِ الشَّرْعِ وَمَقْصُودِ الشَّرْعِ مِنَ الْخَلْقِ حَمْسَةٌ وَهُوَ أَنْ يَحْفَظَ عَلَيْهِمْ دِينَهُمْ. وَنَفْسَهُمْ. وَعَقْلَهُمْ. وَنَسْلَهُمْ. وَمَالَهُمْ. فَكُلُّ مَا يَتَضَمَّنُ حِفْظَ هَذِهِ الْأَصُولِ الْحَمْسَةِ فَهُوَ مَصْلَحَةٌ. وَكُلُّ مَا يُفُوتُ هَذِهِ الْأَصُولَ فَهُوَ مُفْسِدَةٌ. وَدَفْعُهُ مَصْلَحَةٌ.

“Al-mashlahah dalam pengertian awalnya adalah menarik kemanfaatan atau menolak madharat (sesuatu yang menimbulkan kerugian), namun tidaklah demikian yang kami kehendaki, karena sebab mencapai kemanfaatan dan menafikkan kemadharatan, adalah merupakan tujuan atau maksud dari makhluk, adapun kebaikan atau kemashlahatan makhluk terletak pada tercapainya tujuan mereka, akan tetapi yang kami maksudkan dengan al-Mashlahah adalah menjaga atau memelihara tujuan syara”, adapun tujuan syara” yang memiliki kaitan dengan makhluk ada

lima, yakni: pemeliharaan atas mereka (para makhluk) terhadap agama mereka, jiwa mereka, akal mereka, nasab atau keturunan mereka, dan harta mereka, maka setiap sesuatu yang mengandung pemeliharaan atas lima pokok dasar tersebut dapat disebut al-Mashlahah, dan setiap sesuatu yang mengingkari lima pokok dasar tersebut disebut mafsadah,

- 2) Mashlahah menurut al-Khawarizmi yang dikutip oleh Wahbah Zuhaili yaitu:

وَالْمَرْدُ بِالْمَصْلَحَةِ الْمَحَافِظَةِ عَلَى مَقْصُودِ الشَّرْعِ بِدَفْعِ الْمَقَابِدِ عَنِ الْخَلْقِ

Maksud dari masalahah yaitu memelihara tujuan syara' dengan menjauhkan dari kerusakan yang dapat merusak makhluk (manusia).

Jika disimpulkan *masalahah* yaitu menjauhi *kemafsadatan* (keburukan) dan mendekati kemanfaatan. Implementasi *masalahah* berkaitan dengan kemanfaatan dan menolak kemudharatan di dunia dan akhirat. Penetapan hukum berdasarkan asas masalahat dikarenakan untuk mencapai tujuan syariat sehingga terciptanya fleksibilitas dalam hukum Islam. Hasbi as-Shidqieqy dalam (Syarifudin, 2018) memaparkan bahwa metode *masalahah* memungkinkan untuk diterapkab dalam menetapkan hukum islam pada zaman yang terus berkembang.

Pemenuhan kebutuhan tidak dilarang selama membawa *masalahah* dan tidak mendatangkan *mudharat*. Dengan kemajuan teknologi membawa dampak

bagi pola konsumsi dan gaya hidup. Menurut penelitian Kumala & Mutia, (2020) dalam (Nurjannah et al., 2021) menunjukkan 80% responden mengatakan kemajuan teknologi dan penggunaan *e-wallet* dalam setiap transaksi di kehidupan membuat seseorang semakin boros. Dengan adanya berbagai promo menarik yang tersedia pada *e-wallet* akan membuat konsumen mudah tergiur.

Islam memperhatikan konsumsi dibentuk dua hal, yaitu kebutuhan (hajat) dan kepuasan (manfaat). Secara materiel, manusia membutuhkan suatu barang kecuali mereka mendapatkan keuntungan dari barang tersebut. Islam tidak pernah mencegah manusia untuk mencukupi kebutuhan dan keinginannya selagi dapat meningkatkan harkat dan martabat manusia. Masyarakat diintruksikan untuk mengkonsumsi barang dan jasa secara seimbang dan tidak berlebihan.

Dalam ekonomi konvensional berasumsi bahwa tujuan konsumen untuk mendapatkan kepuasan (*utility*) dalam mengkonsumsi. Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan. Dalam Islam, konsumsi tidak hanya berfokus pada pemenuhan materi diri sendiri, tetapi juga berbentuk sosial masyarakat dalam hal zakat infaq dan sedekah.

3.2 Kajian Literatur Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama (Tahun)	Judul	Metode	Hasil	Persamaan & Perbedaan Penelitian
1.	Risma Arum Azzahroo, Sri Dwi Estiningrum, (2021)	Praferensi Mahasiswa dalam Menggunakan <i>Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)</i> sebagai Teknologi Pembayaran	Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif, dengan menyebarkan kuisioner kepada 98 responden. Kemudian data dianalisis menggunakan <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan ekspektasi kinerja dan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan <i>QRIS</i> sebagai teknologi pembayaran. Cita-cita usaha dan akibat kegiatan sosial bukanlah dugaan signifikan yang dapat mempengaruhi	Persamaan: Variabel yang diteliti yakni <i>Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)</i> dimana juga dibahas terkait faktor-faktor menggunakan <i>QRIS</i> Perbedaan : Penelitian saat ini akan lebih

				minat menggunakan <i>QRIS</i>	membahas pengaruh literasi <i>QRIS</i> terhadap fenomena <i>Cashless society</i> .
2.	Fitri Mawardani, Reny Dwijayanti (2021)	Pengaruh Presepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi <i>Cashback</i> Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompet Digital Shopeepay pada Aplikasi Shopee	Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif dengan jumlah populasi yakni 1082 mahasiswa di jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan 2017-2020. Pengambilan sampel menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> . Jumlah sampel memanfaatkan 92 orang responden dengan menyebarkan kuesioner secara	Hasil penelitian tersebut diketahui persepsi kemudahan penggunaan dan promosi <i>cashback</i> berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan dompet digital.	Persamaan: Penelitian yang sama juga menggunakan variabel penggunaan promosi <i>cashback</i> pada dompet digital. Perbedaan : Terdapat perbedaan sasaran responden penelitiannya berbeda, objeknya

			online dengan bantuan google formulir. Penyelesaian penilaian memanfaatkan regresi linear berganda melalui aplikasi SPSS 22.		hanya terfokus pada shopeepay.
3.	Rohmatun Ni'mah dan Indah Yuliana (2020)	<i>E-wallet</i> : Sistem Pembayaran Dengan Pinsip Hifzul Maal	Metode penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan	Hasil penelitian, umumnya didapat <i>e-wallet</i> sesuai dengan maqashid syariah. Kesesuaian ini diperoleh dengan memelihara kekayaan dan memperoleh manfaat. Namun, masih terdapat tanggapan terkait <i>e-wallet</i> yang tidak sesuai dengan hifzul maal karena masih	Persamaan : Penelitian yang sama juga meneliti <i>e-wallet</i> dalam perspektif Islam. Perbedaan : Perbedaan penelitian terletak pada prinsip yang digunakan peneliti, peneliti menggunakan prinsip <i>masalah</i> .

				rentan terhadap kejahatan teknologi, dan dampak <i>e-wallet</i> dapat menyebabkan pemborosan yang terjadi karena pengguna dapat mempunyai lebih satu akun <i>e-wallet</i> .	
4.	Taufiq Andre Setyawan (2020)	<i>Indonesian's Acceptance of Non-Cash Transaction Using QRIS</i>	Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada 277 responden, diolah dengan menggunakan analisis statistik deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lebih dari 50 persen masyarakat Indonesia belum mengetahui tentang <i>QRIS</i> . Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa 54,8 persen masyarakat Indonesia lebih memilih transaksi	Persamaan : Penelitian ini sama karena adanya pentingnya literasi <i>QRIS</i> di Indonesia Perbedaan : Hanya satu variabel yang sama yang digunakan dalam

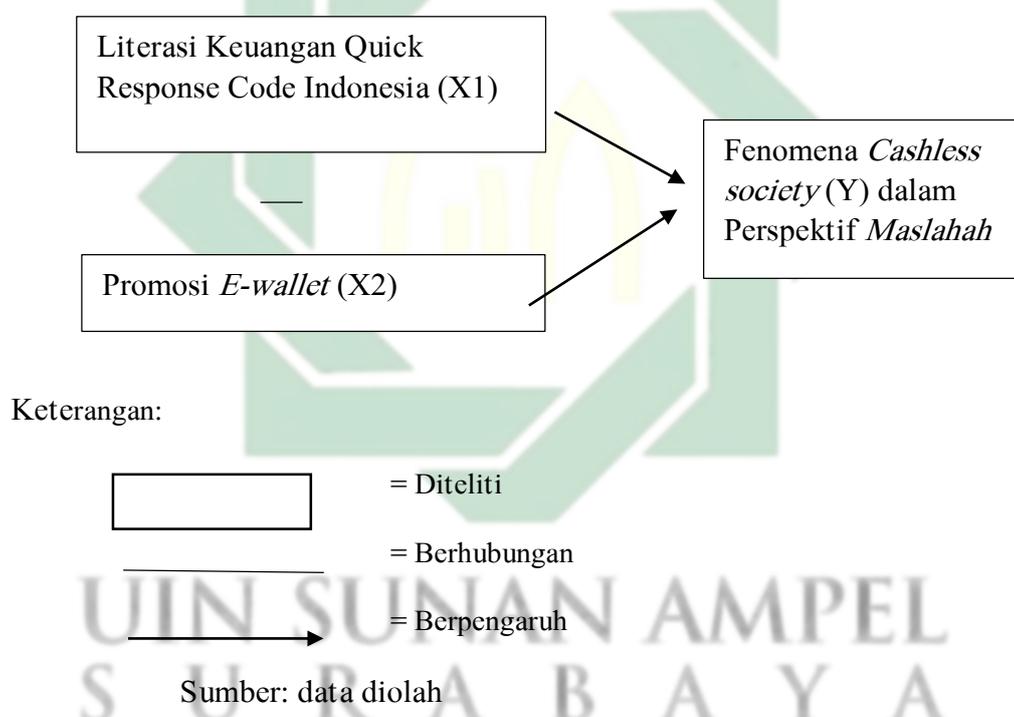
				<p>tunai daripada non tunai. Hal ini dikarenakan kebiasaan masyarakat Indonesia, kurangnya pengetahuan tentang keuangan digital, serta tingginya kepedulian terhadap risiko transaksi menggunakan <i>e-wallet</i>.</p>	<p>penelitian ini yakni <i>QRIS</i>.</p>
5.	<p>Nurjannah, Irwan Misbach, Rahmawati Muin (2021)</p>	<p>The <i>Maslahah of Muslim Consumer Behavior in Using E-wallet In</i></p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Sumber data primer berasal dari wawancara yang</p>	<p>Hasil studi menunjukkan bahwa <i>masalah</i> perilaku konsumen muslim di Kota Makassar menggunakan <i>e-wallet</i> praktis dalam bertransaksi; aman</p>	<p>Persamaan : Penelitian ini sama karena membahas terkait konsep <i>masalah</i> dalam menggunakan <i>e-wallet</i>.</p>

		<i>Makassar City</i>	dilakukan dengan pengguna <i>e-wallet</i> tipe OVO, GoPay, DANA, ShopeePay, dan LinkAja di Kota Makassar yang berusia 21-35 tahun dan pernah bekerja. Selain itu, sumber data sekunder berasal dari berbagai referensi, seperti buku, jurnal, dan penelitian lainnya.	dan bersih dalam bertransaksi, hemat dalam berbelanja dan lebih rajin berdonasi. Penggunaan <i>e-Wallet</i> dapat dikategorikan pada tingkat <i>masalah hajiyyah</i> , yang keberadaannya dapat membantu kesulitan yang dihadapi konsumen muslim.	Perbedaan : Pada penelitian ini tidak terdapat pentingnya literasi keuangan <i>QRIS</i> dan penerapan <i>voucher</i> dan <i>cashback</i> pada <i>e-wallet</i> .
6.	Widya Sentanu, Stefan A.N.Sagala, Dodi Marjuki dan Wily Gunadi (2020)	<i>Analysis Of The Effects Of Benefit And Risk Factors On The Use Of Wallet</i>	Data dikumpulkan dari kuesioner online sebanyak 203 responden dengan menggunakan metode analisis PLS- SEM	Temuan studi menunjukkan bahwa kenyamanan memiliki efek paling positif pada niat berkelanjutan dari pengguna. Selain itu, risiko keuangan adalah faktor yang	Persamaan : Penelitian ini sama karena membahas terkait keuntungan dan resiko dalam penggunaan <i>e-wallet</i> .

				paling dikhawatirkan pengguna. Namun, tidak serta merta menghalangi niat mereka untuk terus menggunakan layanan e- wallet.	Perbedaan : Terletak pada perbedaan responden penelitian yang hanya berdomisili di Jakarta.
7.	Nirmala, Munasiron Miftah, Sri Murtatik (2020)	Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam <i>Cashless society</i>	Penelitian kuantitatif, Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (<i>Partial Least Square</i>) dengan software Smart PLS 3.0.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mahasiswa dalam <i>Cashless society</i> dengan nilai path coefficient sebesar 0.645 (2) literasi keuangan tidak mempunyai pengaruh signifikan	Persamaan: Teori yang digunakan menggunakan teori TAM yang sama dengan penelitian ini, selain itu teknik analisis nya sama dengan menggunakan analisis PLS dan dibantu dengan alat Smart PLS.

				terhadap perilaku mahasiswa dalam <i>Cashless society</i> dengan hasil path coefficient sebesar 0.129	Perbedaan: Variabel X2 yang berbeda
--	--	--	--	---	-------------------------------------

3.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual Pengaruh Literasi Keuangan QR Code standard dan Promosi pada *E-wallet* terhadap Fenomena *Cashless society* Perspektif *Maslahah*. Pada kerangka ini dijelaskan bahwa variabel X1 yaitu literasi keuangan qris berpengaruh pada fenomena *cashless society*. Kerangka ini juga

membahas terkait variabel X2 yaitu promosi *e-wallet* yang berpengaruh pada fenomena *cashless society*. Dan kerangka konseptual yang terakhir yaitu hubungan antara literasi QRIS dan promosi *e-wallet* yang berpengaruh pada fenomena *cashless society*.

3.4 Hipotesis

Literasi Keuangan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Literasi keuangan sangat berkaitan dengan perilaku keuangan. Literasi keuangan meliputi pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku saat mengambil keputusan dan mengatur keuangan. Penelitian (Hasbia Rizqi Annisa Sita Ramadanti, Jubaedah Nawir, 2021) mendeskripsikan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan pada *cashless society*, artinya semakin baik literasi keuangan yang dimiliki generasi Z jurusan Manajemen UPNVJ maka semakin baik juga perilaku keuangan pada *cashless society*.

QRIS adalah standar QR Code yang dibuat Bank Indonesia untuk memfasilitasi pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, maupun mobile banking. Pada penelitian (Kurniawati et al., 2021) menjelaskan bahwa sasaran dari aplikasi QRIS ini adalah untuk para pelaku ekonomi khususnya yang didominasi oleh generasi milenial (mahasiswa) yang menuntut segala aspek dalam kehidupannya. Penelitian ini juga melakukan pendampingan ini mampu berperan meningkatkan penggunaan aplikasi pembayaran nontunai QRIS di lingkungan

akademik oleh mahasiswa di lingkungan FEB di UMM. Sehingga hipotesis untuk variabel literasi keuangan QRIS yaitu:

H1 : Literasi Keuangan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Berpengaruh Positif Fenomena *Cashless society*

Promosi E- Wallet

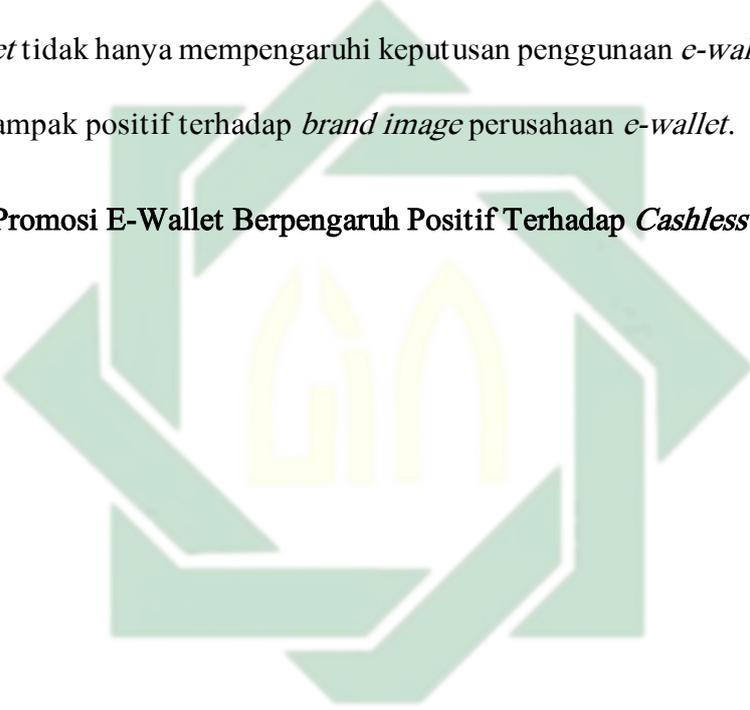
Promosi diartikan sebagai fungsi pemasaran yang mengkomunikasikan program-program yang sedang dipasarkan secara persuasif kepada target atau calon pelanggan untuk mendorong terciptanya transaksi pelanggan.

Menurut Kotler & Armstrong (Philip Kotler, 2004) promosi penjualan, yang merupakan salah satu alat bauran promosi, adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau layanan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk mendorong pembelian yang lebih sering atau pembelian unit berukuran lebih besar di antara pengguna, membangun uji coba di antara non-pengguna, dan menarik pengalih dari merek pesaing. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan merupakan salah satu alat bauran promosi yang efektif untuk menciptakan pemakaian dan minat memakai ulang suatu layanan.

Penelitian (Priskilia & Sitinjak, 2019) menjelaskan bahwa iklan mempunyai pengaruh positif terhadap minat memakai ulang layanan Go-Pay di Jakarta. Pada penelitian ini juga disebutkan bahwa perubahan pada materi iklan juga akan ikut berpengaruh pada minat memakai ulang layanan Go-Pay.

Responden pada penelitian (Reny Dwijayanti, 2021) juga bersepakat bahwa adanya promosi dapat menimbulkan suatu hasrat (*desire*) untuk melakukan transaksi pada shopee. Dengan berbagai macam promosi yang tersedia pada *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Penelitian (Listyawati & Subardini, 2021) juga mendeskripsikan hasil penelitian bahwa promosi *e-wallet* tidak hanya mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* namun juga berdampak positif terhadap *brand image* perusahaan *e-wallet*.

H2: Promosi E-Wallet Berpengaruh Positif Terhadap *Cashless Society*.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif untuk penilaian hipotesis. Pendekatan kuantitatif merupakan metodologi penelitian dengan mengidentifikasi data, bersifat obyektif dan melalui analisis statistik tertentu. Alat penelitian yang digunakan berupa kuisioner yang disebarluaskan kepada populasi dan sampel yang sudah ditentukan dan melakukan wawancara kepada narasumber untuk membantu melengkapi data hasil kuisioner.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilangsungkan kepada masyarakat yang telah melakukan transaksi sehari-hari dengan menggunakan *e-wallet*. Alokasi waktu penelitian terkait pengaruh literasi keuangan *QRIS* melalui penerapan promosi *e-wallet* terhadap fenomena *cashless society* dalam perspektif *masalah* dilaksanakan dalam waktu satu bulan, terhitung bulan april-mei.

Adapun lokasi penelitian ini adalah masyarakat umum yang berdomisili Jawa Timur dan mau mengisi kuisioner secara online tentunya dengan beberapa kriteria antara lain: menggunakan *e-wallet* maupun *e-money* dalam sehari-hari dan sering memanfaatkan promosi yang tersedia pada *e-wallet* dan juga mau memberikan jawaban saat wawancara untuk melengkapi data penelitian. i

3.3 Sumber dan Jenis Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang diterapkan yaitu data primer yang ditemukan pada sumber data pertama baik dari individu misalnya jawaban pertanyaan baik wawancara maupun kuisisioner yang dilaksanakan oleh peneliti. Mengenai data primer yang diterapkan pada skripsi ini yaitu jawaban kuisisioner online yang disebarkan untuk responden yang dalam kesehariannya sudah menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi. Selain jawaban kuisisioner, peneliti juga mendapat data primer dari jawaban narasumber yang sesuai kriteria saat wawancara untuk melengkapi data penelitian.

3.3.2 Jenis Data

Jenis data yang diterapkan pada penelitian ini yaitu menggunakan data kuantitatif yang bisa dihitung. Data ini berasal dari pengguna *e-wallet* yang memenuhi kriteria yang diinginkan peneliti dan sudah mengisi kuisisioner secara online. Data tersebut hasil dari perhitungan kuisisioner online yang telah diisi dalam bentuk angka. Selain data kuantitatif, data kualitatif juga dibutuhkan untuk menyempurnakan hasil penelitian, data kualitatif berasal dari jawaban narasumber saat wawancara.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Ghozali, 2016) definisi populasi yaitu generalisasi yang terbentuk dari susunan subyek dan obyek yang memiliki mutu dan karakteristik spesifik yang dapat diekspolarasi dan disimpulkan.

Populasi yang diterapkan pada penelitian ini yakni masyarakat yang berdomisili di Jawa Timur dan dalam kesehariannya sudah menerapkan QRIS dan *e-wallet* dalam bertransaksi dan memanfaatkan promosi minimal satu kali yang tersedia pada *e-wallet*.

3.4.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini memakai metode *non probability sampling* yang didalamnya terdapat metode *accidental sampling* yakni penggunaan sampel berdasarkan faktor spontanitas. Peneliti dapat menentukan dengan bebas responden asalkan sesuai dengan kriteria responden pada penelitian ini.

Karakteristik yang dipergunakan dalam penelitian ini yakni responden yang pernah atau sedang menggunakan uang digital dan *e-wallet*. Selain itu kriteria khusus untuk responden yang pernah memanfaatkan promosi yang tersedia pada *e-wallet*.

Menurut (Latan & Ramli, 2013) jumlah sampel yang digunakan hanya 100 sampel dikarenakan dalam analisis *Partial Least Square* (PLS) berbasis pada *variance* dan *Bootstrapping* atau penggandaan sampel sehingga tidak memerlukan terlalu banyak sampel.

Untuk sampel narasumber wawancara hanya membutuhkan 10 orang yang sesuai dengan kriteria yang tercantum pada pamflet. 10 orang sampel ini untuk melengkapi data penelitian dari jawaban kuisisioner.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Kuisisioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pertanyaan – pertanyaan kuisisioner ini ditulis melalui google form. Kemudian kriteria responden beserta link google form dituangkan dalam bentuk pamflet dengan bantuan canva. Selanjutnya pamflet tersebut disebarakan dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial dan internet dipilih karena efektif, jangkauan yang sangat luas dan mudah diakses oleh responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Penelitian ini menggunakan kuisisioner tertutup, dimana jawaban untuk setiap butir pernyataan/pertanyaan telah disediakan.

Adapun skala pengukuran hasil pengisian pernyataan-pernyataan kuisisioner dengan menggunakan skala linkert. Skor yang dipakai dalam penelitian yaitu;

Tabel 3. 1 Pengumpulan Data

Kriteria	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Sumber: (Ghozali, 2016)

3.5.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan eksperimen untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dengan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara untuk melengkapi data mengenai fenomena *cashless society* (Y) dalam perspektif *masalah*. Menurut peneliti dampak fenomena *cashless society* menurut pandangan perspektif *masalah* tidak hanya diukur melalui kuesioner saja, melainkan harus dengan wawancara langsung kepada responden. Wawancara dilakukan secara tidak langsung menggunakan media video call whatsapp maupun google meet karena adanya keterbatasan jarak dan waktu. Wawancara ini dilakukan kepada sepuluh responden yang berbeda dengan responden yang sudah mengisi kuisisioner sebelumnya. Diharapkan kesepuluh responden ini dapat mewakili sampel yang ada dalam penelitian. Proses mendapatkan sepuluh narasumber sesuai dengan bantuan pamflet yang dibuat di Canva dan disebarakan melalui media sosial instagram dan whatsapp.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat penelitian yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Untuk itu maka peneliti harus mampu membuat instrument yang akan digunakan untuk penelitian. Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Untuk memudahkan penyusunan instrument, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrument atau kisi-kisi instrument. Penelitian membutuhkan kisi-kisi instrumen untuk mengukur indikator-indikator tiap dimensi variabel yang akan dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan. Kisi-kisi instrumen angket penelitian tentang pengaruh literasi keuangan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* dan promosi *e-wallet* terhadap fenomena *cashless society* dalam perspektif *masalah* akan disajikan dalam tabel 3.2.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Tabel 3.2 Kisi – Kisi Instrumen Kuesioner Penelitian

3.2.1 Instrumen Kuesioner / Angkat

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan	Sumber Teori
1.	Literasi Keuangan QRIS (X1)	1. Pengetahuan dan ketrampilan keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengetahui apa itu <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i> (QRIS). 2. Saya mengetahui tatacara bertransaksi secara non tunai menggunakan QRIS. 3. Saya menggunakan QRIS ketika bertransaksi non tunai karena menggunakan QRIS itu mudah dan praktis. 4. Saya mengetahui terkait QRIS, maka saya tidak pernah ragu untuk mengambil keputusan menggunakan QRIS dalam bertransaksi non tunai. 	(Maulida, 2020)
		2. Sikap dan Perilaku Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transaksi menggunakan QRIS mampu mempermudah keputusan jual-beli saya 2. Saya lebih berminat menggunakan QRIS ketika terdapat alternative transaksi secara tunai atau non tunai. 3. Saya selalu menyediakan aplikasi <i>e-wallet</i> saat menuju tempat pembayaran/kasir karena ketersediaan QRIS yang sudah banyak ditemui. 4. Saya pernah menggunakan scan QRIS dan melanjutkan transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> 	(Husein, 2021)
		3. Resiko Penggunaan QRIS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mempelajari terlebih dahulu apa saja resiko yang dapat saya terima ketika menggunakan QRIS. 2. Saya mengantisipasi dengan menyembunyikan PIN <i>e-wallet</i> saya ketika akan memindai kode QRIS. 3. Bertransaksi menggunakan QRIS selalu diawasi oleh Bank Indonesia 	(Saputri, 2020)

			<p>dan Otoritas Jasa Keuangan karena terdapat limit transaksi.</p> <p>4. Saya tidak pernah memberitahukan kode OTP <i>e-wallet</i> karena rawan penyalahgunaan oleh orang lain.</p>	
2.	Promosi <i>e-wallet</i> (X2)	1. Periklanan	<p>1. Iklan berbagai <i>E-wallet</i> dapat ditemui diberbagai media</p> <p>2. Pesan yang disampaikan pada iklan <i>e-wallet</i> sangat jelas dan mudah dipercaya konsumen.</p> <p>3. Pesan yang disampaikan dalam iklan <i>platform e-wallet</i> mampu membangkitkan keinginan saya untuk mengetahui lebih dalam mengenai <i>platform e-wallet</i></p> <p>4. Pesan yang disampaikan dalam iklan <i>platform e-wallet</i> mampu mempengaruhi keputusan saya dalam menentukan <i>platform e-wallet</i> yang akan saya gunakan</p>	(Widya Desita, 2021)
		2. Promosi Penjualan	<p>1. Aplikasi <i>e-wallet</i> banyak memberikan potongan harga di setiap transaksinya</p> <p>2. Diskon, <i>voucher</i> dan cashback dapat meningkatkan daya tarik menggunakan <i>e-wallet</i>.</p> <p>3. Diskon, <i>voucher</i> dan cashback mendorong untuk melakukan pembelian</p> <p>4. Promosi penjualan <i>platform e-wallet</i> dapat menyakinkan saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i>.</p>	(Umi Nur Khasanah, 2020)
		3. <i>Word Of Mouth</i>	<p>1. Adanya testimony dan rekomendasi promosi pada <i>e-wallet</i> kepada teman maupu orang lain</p> <p>2. Ajakan teman, kerabat maupun keluarga untuk menggunakan <i>e-wallet</i>.</p> <p>3. Saya kerap mendapat rekomendasi dari teman maupun orang lain terkait kepuasan bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> atau non tunai.</p> <p>4. Saya menggunakan <i>e-wallet</i> dan memanfaatkan promosi <i>e-wallet</i></p>	(Umi Nur Khasanah, 2020)

			karena testimony dan rekomendasi dari teman.	
3	<i>Cashless society</i> (Y)	1. Minat bertransaksi <i>non cash</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya aplikasi <i>e-wallet</i> dengan beberapa promosi, membuat saya lebih sering bertransaksi non cash. 2. Transaksi memanfaatkan QRIS dan non cash merupakan faktor pendukung adanya <i>cashless society</i> 3. Kurangnya pengetahuan tentang QRIS akan berpengaruh pada fenomena <i>cashless society</i> 4. Ketersediaan alat pembayaran non tunai berbagai macam memunculkan minat saya untuk bertransaksi non cash. 	(Widya Desita, 2021)
		2. Kemudahan Penggunaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem kerja QRIS dan aplikasi <i>e-wallet</i> mudah saya mengerti dan digunakan 2. Aplikasi <i>e-wallet</i> praktis untuk digunakan dan tidak terikat oleh durasi waktu dan tempat 3. Berbagai kemudahan penggunaan non cash, setiap melakukan pembayaran saya mengutamakan pembayaran non cash (QRIS dan <i>e-wallet</i>). 4. Ketika saya melakukan transaksi non tunai, tidak pernah terkendala jaringan. 	(Andi Bisyrani, 2020)
		3. Presepsi manfaat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan QRIS dan <i>e-wallet</i> mampu menambah tingkat produktivitas dan efektivitas kinerja saya. 2. Dengan berbagai manfaat adanya <i>Cashless society</i>, saya memperkirakan fenomena <i>Cashless society</i> akan berkelanjutan di masa depan 3. Kemudahan yang diberikan <i>e-wallet</i> menyebabkan pola konsumsi saya berubah menjadi konsumtif dan tidak rasional saat berbelanja. 4. Saya sering membeli produk yang kurang bermanfaat dengan 	(Andi Bisyrani, 2020)

			menggunakan QRIS dan <i>e-wallet</i> karena banyaknya promosi.	
--	--	--	--	--

Sumber : data diolah, 2022

3.2.2 Instrumen Wawancara

No.	Pertanyaan	Sumber Teori	Responden
1.	Menurut anda, apakah kemudahan yang diberikan <i>e-wallet</i> dan QRIS membuat anda sering berbelanja dan bertransaksi?	(Andi Bisyrani, 2020)	Masyarakat yang berumur antara 18 sampai dengan 35 tahun dan sudah menggunakan system cashless dalam kesehariannya. Responden berbeda dengan responden kuesioner.
2.	Bagaimana pengaruh sistem <i>cashless</i> pada tingkat konsumsi anda?	(Urfiyah, 2021)	
3.	Apakah anda sering melakukan pembelian yang kurang bermanfaat akibat adanya potongan harga dan berbagai promosi ketika bertransaksi secara <i>cashless</i> ?	(Widya Desita, 2021)	
4.	Bagaimana tindakan anda untuk mengurangi tingkat konsumtif yang ditimbulkan adanya kemudahan system <i>cashless</i> ?	(Andi Bisyrani, 2020)	

Sumber : data diolah, 2022

3.7 Variabel Penelitian

Penelitian (Radjab & Jam'an, 2017) memaparkan bahwa variabel adalah struktur yang dapat diamati, diukur dan dikuantifikasi. Selain itu pengertian variabel juga sesuatu yang berkaitan dan akan menjadi objek pegamatan penelitian. Variabel - variabel yang dipakai pada penelitian ini, diantaranya:

1. Variabel Independen

Variabel independen sama dengan variabel bebas adalah suatu variabel yang variasinya memiliki pengaruh terhadap variabel lain yaitu variabel dependen atau variabel terikat. Dalam penelitian yang akan diteliti, variabel independent yaitu literasi keuangan *QRIS* (X1) dan promosi *e-wallet* (X2).

2. Variabel Dependen.

Variabel dependen atau variabel terikat atau disebut dengan variabel tergantung adalah variabel penelitian yang mengukur tujuan mengetahui pengaruh dari variabel independen. Variabel dependen penelitian ini yaitu fenomena *cashless society*.

3.8 Definisi Operasional

Definisi Operasional menurut buku metode penelitian Dr. Saifudin A, yaitu definisi mengenai variabel dengan dirumuskan berdasarkan kriteria variabel yang bisa dipahami. Definisi operasional dilakukan berdasarkan karakteristik pengukuran yang diaplikasikan pada variabel yang di definisikan. Sehingga nilai atau angka yang diasumsikan perwakilan dari konsep mengenai variabel yang diukur.

1) Literasi Keuangan *QRIS*

Definisi literasi keuangan merupakan pemahaman, kecakapan dan keyakinan terhadap penggunaan uang digital dengan cara memindai barcode *QRIS* menggunakan smartphone yang dapat berpengaruh pada sikap dan tindakan untuk

memajukan kualitas pengambilan keputusan dan manajemen keuangan menggunakan alat digital untuk mencapai kesejahteraan.

Menurut (Radoica Luburić, 2018) literasi keuangan didasari pada tiga faktor yaitu pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan tindakan terhadap uang. Penelitian ini terdapat tiga indikator utama literasi keuangan yaitu edukasi dan skill keuangan, sikap dan perilaku keuangan, dan resiko penggunaan QRIS.

2) Promosi *E-wallet*

Menurut (Philip Kotler, 2004) pengertian promosi yaitu kegiatan membagikan informasi terkait keunggulan produk dengan membujuk pengguna *e-wallet* untuk menggunakan *e-wallet*. Kotler juga menjelaskan terkait standar indikator yang digunakan untuk memperkirakan tingkat promosi yang diberikan kepada pengguna. Terdapat tiga indikator yakni periklanan, promosi penjualan (*cashback*, *voucher*), *word of mouth* (membicarakan hal positif produk kepada orang lain).

3) *Cashless society*

Gubernur Bank Indonesia, Agus DW Martowardojo mendeskripsikan *cashless society* sebagai tempat dimana masyarakat nyaman menggunakan pembayaran non tunai dalam transaksi aktivitas ekonomi. Selanjutnya, masyarakat *cashless society* dapat diidentifikasi melalui sedikitnya peredaran uang

kertas dan koin yang dikeluarkan oleh bank sentral. Terdapat empat indikator Indikator *cashless society* untuk mengukur *cashless society* antara lain; yaitu Minat bertransaksi non cash, kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat (Hastomo & Aras, 2018).

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Pengertian	Indikator	Sumber Teori
1.	Literasi Keuangan <i>QRIS</i> (X1)	Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, ketrampilan dan keyakinan terhadap penggunaan uang digital dengan cara memindai barcode <i>QRIS</i> menggunakan smartphone yang dapat berpengaruh pada sikap dan tindakan untuk memajukan kualitas pengambilan keputusan dan manajemen	1) Pengetahuan dan ketrampilan keuangan 2) Sikap dan perilaku keuangan, 3) Resiko penggunaan <i>QRIS</i> .	(Radoica Luburić, 2018)

		keuangan. dengan menggunakan alat digital untuk mencapai kesejahteraan. pengelolaan keuangan menggunakan alat digital untuk mencapai kesejahteraan		
2.	Promosi <i>e-wallet</i>	Promosi adalah aktivitas yang memberikan informasi terkait keunggulan produk dan membujuk pengguna <i>e-wallet</i> untuk menggunakan <i>e-wallet</i>	1) Periklanan, 2) Promosi penjualan (<i>cashback</i> , <i>voucher</i>), 3) <i>Word of mouth</i> (membicarakan hal positif produk kepada orang lain).	(Listyawati & Subardini, 2021)
3.	<i>Cashless society</i>	<i>Cashless society</i> sebagai tempat dimana masyarakat nyaman menggunakan	1) Minat bertransaksi non cash,	(Hasbia Rizqi Annisa Sita Ramadanti,

		pembayaran non tunai, terutama dalam transaksi kegiatan ekonomi mereka	2) Kemudahan penggunaan 3) Presepsi manfaat	Jubaedah Nawir, 2021)
--	--	--	---	--------------------------

Sumber : data diolah, 2022

3.9 Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini memakai *Partial Least Square (PLS)*. Definisi PLS merupakan yaitu model *Structural Equation Modeling (SEM)* melalui pendekatan *variance* atau *component based structural equation modeling*. Dalam SmartPLS memanfaatkan metode *bootstrapping* atau penggandaan acak sehingga tidak menggunakan asumsi normalitas. Penggunaan *Bootstrapping* pada SmartPLS juga tidak mewajibkan jumlah minimum sampel sehingga mampu diaplikasikan dalam penelitian ini yang sampelnya berjumlah sedikit.

Data berupa angka yang diperoleh dari hasil jawaban kuisisioner yang berada dalam *microsoft excel* yang disimpan dalam format csv, kemudian memasukkan pada aplikasi smartPLS. Kemudian hasil akhir model gambar pada tampilan smartPLS akan dianalisa melalui tiga tahapan.

3.9.1 Uji Model Pengukuran atau *Outer Model*.

Menurut (Latan & Ramli, 2013) Analisa *outer model* menekankan pada keterkaitan antar varabel laten dengan indicator atau menjelaskan hubungan indicator dengan variabel latennya.

3.9.1.1 *Convergent Validity*

Evaluasi *convergent validity* dilaksanakan dengan melihat item *reliability* (indikator validitas) yang dihasilkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah nilai korelasi antara skor suatu item pertanyaan dengan skor indikator konstruk indikator untuk mengukur konstruk tersebut. Dikatakan valid apabila nilai *loading factor* lebih tinggi dari 0,7.

3.9.1.2 *Discriminat Validity*

Menurut (Latan & Ramli, 2013) pengukuran *discriminant validity* dilaksanakan melalui hasil penilaian *cross loading* pengujian konstruk. Pengukuran nilai *cross loading* membuktikan besarnya korelasi antar setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Pengujian tahap ini dikatakan valid apabila *discriminant validity* korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dari konstruk blok lainnya. Pengujian *discriminant validity* juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar konstruk. Hasil pengujian direkomendasikan adalah nilai akar AVE harus lebih tinggi dari korelasi antar konstruk. Nilai AVE yang baik disyaratkan memiliki nilai lebih besar dari 0,50.

3.9.1.3 *Reliability*

Uji *reliabilitas* dilaksanakan untuk memperlihatkan konsistensi akurasi, dan akurasi instrumen dalam menguji konstruk. Pada PLS-SEM untuk pengujian *reliability* dilakukan melalui dua cara yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Nilai *konstruk composite reliability* dan *cronbach's alpha* diatas 0,70 dikatakan reliabel.

3.9.2 Uji Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model dapat diukur melalui r-square (*reliabilitas indikator*) untuk konstruk dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Nilai r-square semakin tinggi berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai *path coefficients* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis (Latan & Ramli, 2013).

3.9.2.1 *R-Square*

Evaluasi model struktural dilaksanakan dengan memperhatikan *R-square* melalui *uji goodness-fit model*. Perubahan nilai *R-square* akan mendeskripsikan pengaruh variabel laten independen terhadap variabel dependen akan mempunyai pengaruh yang *substantive*. Dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate lemah jika nilai *R-Square* 0,75, 0,50, 0,25.

3.9.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dilaksanakan melalui hasil evaluasi *Inner Model* (model struktural) yang melingkupi *output r-square*, koefisien parameter dan t-statistik. Hipotesis dapat diterima atau ditolak dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik, dan p-values. Pengujian hipotesis penelitian ini melalui *software* SmartPLS (*Partial Least Square*) 3.0. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *bootstrapping*. *Rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik lebih besar 1,96 dan tingkat signifikansi p-value 0,05 (5%) dan koefisien beta bernilai positif.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskriptif Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek penelitian yaitu masyarakat yang pernah atau sedang menggunakan QRIS dan juga telah memanfaatkan promosi yang tersedia dalam *e-wallet* sehingga menimbulkan budaya baru yaitu *cashless society*. Peneliti menggunakan variabel literasi keuangan QRIS dan promosi *e-wallet* karena dua variabel tersebut diharapkan menjadi indikator meningkatnya fenomena *cashless society* di masyarakat.

Penelitian ini menggunakan bantuan responden yang jumlahnya sebanyak 100 responden untuk menjawab kuisisioner yang berjumlah 36 pertanyaan dengan 9 indikator yang tersedia secara online. Selain itu, responden juga diminta untuk menjawab mengenai data pribadi untuk digunakan selaku tambahan informasi memahami hasil penelitian.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki – laki	35	35%
Perempuan	65	65%
<i>Cashless society</i>	80	80%
Pernah	20	20%
Tidak		

Umur Responden		
> 18 Tahun	95	95%
< 18 Tahun	5	5%
Pekerjaan Responden		
Siswa	5	5%
Mahasiswa UINSA	42	42%
Mahasiswa lainnya	13	13%
Pekerjaan	40	40%
Penghasilan Responden		
< Rp. 500.000	15	15%
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	29	29%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	19	19%
Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	25	25%
> Rp. 3.000.000	12	12%
Asal Domisili Responden		
Surabaya	14	14%
Sidoarjo	8	8%
Pasuruan	23	23%
Mojokerto	9	9%
Madura	5	5%
Jember	3	3%
Tulungagung	2	2%
Situbondo	1	1%
Jombang	5	5%
Blitar	3	3%
Gersik	4	4%
Nganjuk	6	6%

Banyuwangi	9	9%
Malang	8	8%

(sumber: data diolah,2022)

Dari tabel 4.1 diperoleh jumlah responden penelitian ini yaitu 100 responden. Responden yang berjenis laki-laki berjumlah 35 responde (35%) sedangkan responden berjenis perempuan berjumlah 65 responden (65%). Maka dapat disimpulkan responden dari penelitian ini paling banyak berjenis perempuan. Hal ini karena perempuan lebih sering berbelanja. Dan dari tabel 4.1 juga di dapatkan bahwa terdapat 80 responden yang sudah pernah bertransaksi menggunakan *cashless society* dan 20 responden yang belum beralih bertransaksi menggunakan *cashless society*. Data ini menunjukkan bahwa *cashless society* sudah menjadi budaya di masyarakat. Sementara itu, dari tabel 4.1 tersebut diketahui rata – rata umur responden yang menjadi responden penelitian yaitu umur > 18 Tahun sebanyak 95 responden dan sisanya 5 responden berumur < 18 Tahun. Pekerjaan responden juga didominasi oleh mahasiswa UINSA sebanyak 42%, pekerja sebanyak 40 %, mahasiswa kampus lainnya sebanyak 13% dan siswa sebanyak 5%. Tabel 4.1 juga menggambarkan penghasilan responden mulai dari penghasilan $< \text{Rp. } 500.000$ sebanyak 15 responden, penghasilan $\text{Rp. } 500.000 - \text{Rp. } 1.000.000$ yang paling banyak yaitu 29 responden, kemudian penghasilan $\text{Rp. } 1.000.000 - \text{Rp. } 2.000.000$ sebanyak 19 responden, penghasilan $\text{Rp. } 2.000.000 - \text{Rp. } 3.000.000$ sebanyak 25 responden dan sisanya sebanyak 12 responden memiliki penghasilan sebanyak $> \text{Rp. } 3.000.000$. Selain itu, responden mempunyai tempat tinggal yang tersebar hampir keseluruhan

kabupaten di Jawa Timur. Responden yang paling banyak berasal dari Kabupaten Pasuruan sebanyak 23, Kota Surabaya sebanyak 14, Kabupaten Gresik dan Banyuwangi 9 responden dan sisanya berasal dari kabupaten yang ada di Jawa Timur lainnya.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif mempunyai tujuan untuk memudahkan pemahaman data sehingga lebih jelas dan efektif. Variabel yang diaplikasikan pada penelitian ini adalah literasi keuangan QRIS, promosi *e-wallet* dan *cashless society*. Perhitungan skor pada jawaban kuisioner responden menggunakan skor 1 untuk skor terendah dan skor 4 untuk skor tertinggi. Maka interval skor tersebut adalah:

Tabel 4. 2 Penilaian Interval

Kategori	Rumus Interval Kelas	Interval Kelas
Sangat Rendah	$< M - 1.Std.Deviasi$	$< 3,44$
Rendah	(M-1Std.Deviasi) sampai M	3,44 – 3,53
Tinggi	M sampai (M+1Std.Deviasi)	3,53 – 3,62
Sangat Tinggi	$> M + 1 Std.Deviasi$	$> 3,62$

(sumber: (Radjab & Jam'an, 2017))

4.2.1 Variabel Literasi Keuangan QRIS

Variabel literasi keuangan QRIS mempunyai tiga indikator yang diperjelas dengan empat pertanyaan setiap indikator kuisioner dan tentunya sudah terjawab menggunakan skala linkert. Tiga indikator tersebut yaitu, pengetahuan dan ketrampilan keuangan, sikap dan perilaku keuangan dan resiko penggunaan QRIS yang dapat mempengaruhi fenomena *cashless*

society. Ketiga indikator tersebut dijelaskan dalam dua belas soal yang akan dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Literasi Keuangan QRIS

Item	Skor				Total Responden	Mean	Ket
	1	2	3	4			
	STS	TS	S	SS			
Saya mengetahui apa itu <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> .	1	6	30	63	100	3.55	Tinggi
Saya mengetahui tatacara bertransaksi secara non tunai menggunakan QRIS.	1	5	32	62	100	3.55	Tinggi
Saya menggunakan QRIS ketika bertransaksi non tunai karena menggunakan QRIS itu mudah dan praktis.	1	7	31	61	100	3.52	Rendah
Saya mengetahui terkait QRIS, maka saya tidak pernah ragu untuk mengambil keputusan menggunakan QRIS dalam bertransaksi non tunai	3	7	28	62	100	3.54	Tinggi
Transaksi menggunakan QRIS mampu mempermudah	2	6	30	62	100	3.54	Tinggi

keputusan jual-beli saya.							
Saya lebih berminat menggunakan QRIS ketika terdapat alternative transaksi secara tunai atau non tunai.	2	13	32	53	100	3.38	Sangat Rendah
Saya selalu menyediakan aplikasi <i>e-wallet</i> saat menuju tempat pembayaran/kasir karena ketersediaan QRIS yang sudah banyak ditemui.	6	19	24	51	100	3.24	Sangat Rendah
Saya pernah menggunakan scan QRIS dan melanjutkan transaksi menggunakan <i>e-wallet</i>	3	9	27	61	100	3.51	Rendah
Saya mempelajari terlebih dahulu apa saja resiko yang dapat saya terima ketika menggunakan QRIS.	1	9	33	57	100	3.48	Rendah
Saya mengantisipasi dengan menyembunyikan PIN <i>e-wallet</i> saya ketika akan memindai kode QRIS.	2	9	34	55	100	3.42	Sangat Rendah
Bertransaksi menggunakan QRIS selalu diawasi oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan karena	2	7	29	62	100	3.54	Tinggi

terdapat limit transaksi.							
Saya tidak pernah memberitahukan kode OTP <i>e-wallet</i> karena rawan penyalahgunaan oleh orang lain.	1	8	38	59	100	3.49	Rendah

(sumber: data diolah,2022)

Menurut tabel 4.3 membuktikan rata-rata penilaian responden terhadap variabel literasi keuangan QRIS terhitung dalam kriteria tinggi dengan nilai antara 3,53 – 3,63. Evaluasi tertinggi terletak pada item pernyataan “Saya mengetahui apa itu *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* dan Saya mengetahui tatacara bertransaksi secara non tunai menggunakan QRIS”. Sedangkan penilaian terendah terletak pada item“ Saya selalu menyediakan aplikasi *e-wallet* saat menuju tempat pembayaran/kasir karena ketersediaan QRIS yang sudah banyak ditemui”.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwasannya literasi keuangan QRIS memberikan pengaruh yang cukup terhadap fenomena *cashless society*. Terlihat dari jawaban responden yang mengetahui apa itu QRIS dan tata cara melakukan transaksi secara non tunai dengan menggunakan QRIS. Dari hasil jawaban responden tersebut masyarakat mempunyai tingkat literasi keuangan yang cukup terkait QRIS namun fakta tersebut tidak didukung dengan tindakan masyarakat yang tidak selalu menyediakan aplikasi *e-wallet* saat bertransaksi sehingga mempunyai pengaruh yang cukup terhadap fenomena *cashless society*.

4.2.2 Variabel Promosi *E-wallet*

Variabel Promosi *E-wallet* mempunyai tiga indikator yang diperjelas dengan empat pertanyaan setiap indikator kuisioner dan tentunya sudah terjawab menggunakan skala likert. Tiga indikator tersebut yaitu, periklana, promosi penjualan dan *word of mouth* tentunya dapat mempunyai pengaruh terhadap fenomena *cashless society*. Ketiga indikator tersebut dipaparkan dalam dua belas soal yang akan dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Promosi *E-wallet*

Item	Skor				Total Respon den	Mean	Ket
	1	2	3	4			
	STS	TS	S	SS			
Iklan berbagai <i>E-wallet</i> dapat ditemui diberbagai media	0	5	26	69	100	3,63	Sangat Tinggi
Pesan yang disampaikan pada iklan <i>e-wallet</i> sangat jelas dan mudah dipercaya konsumen.	0	7	34	59	100	3,53	Tinggi
Pesan yang disampaikan dalam iklan <i>platform e-wallet</i> mampu membangkitkan keinginan saya untuk mengetahui lebih dalam mengenai <i>platform e-wallet</i>	0	9	34	57	100	3,48	Rendah

Pesan yang disampaikan dalam iklan <i>platform e-wallet</i> mampu mempengaruhi keputusan saya dalam menentukan <i>platform e-wallet</i> yang akan saya gunakan.	1	7	32	60	100	3,52	Rendah
Aplikasi <i>e-wallet</i> banyak memberikan potongan harga di setiap transaksinya	0	5	30	65	100	3,60	Tinggi
Diskon, <i>voucher</i> dan cashback dapat meningkatkan daya tarik menggunakan <i>e-wallet</i> .	0	5	32	63	100	3,57	Tinggi
Diskon, <i>voucher</i> dan cashback mendorong untuk melakukan pembelian	0	2	22	76	100	3,79	Sangat Tinggi
Promosi penjualan <i>platform e-wallet</i> dapat menyakinkan saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i> .	0	4	23	73	100	3,70	Sangat Tinggi
Adanya testimony dan rekomendasi promosi pada <i>e-wallet</i> kepada teman maupun orang lain	1	4	28	67	100	3,61	Tinggi
Ajakan teman, kerabat maupun keluarga untuk menggunakan <i>e-wallet</i> .	1	1	38	60	100	3,56	Tinggi

Saya kerap mendapat rekomendasi dari teman maupun orang lain terkait kepuasan bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> atau non tunai.	1	3	31	65	100	3,6	Tinggi
Saya menggunakan <i>e-wallet</i> dan memanfaatkan promosi <i>e-wallet</i> karena testimony dan rekomendasi dari teman.	0	2	48	50	100	3,72	Sangat Tinggi

(sumber: data diolah,2022)

Menurut tabel 4.4 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel promosi *e-wallet* tergolong dalam kriteria tinggi dan hasil penilaian antara 3,53 – 3,63. Penilaian tertinggi terletak pada item pernyataan “saya menggunakan *e-wallet* dan memanfaatkan promosi *e-wallet* karena testimony dan rekomendasi dari teman”. Sedangkan penilaian terendah terletak pada item “Pesan yang disampaikan dalam iklan *platform e-wallet* mampu membangkitkan keinginan saya untuk mengetahui lebih dalam mengenai *platform e-wallet*.”

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwasannya promosi *e-wallet* memberikan pengaruh yang tinggi terhadap fenomena *cashless society*. Jawaban dari responden ini terlihat bahwa responden menggunakan dan memanfaatkan promosi *e-wallet* karena testimony dan rekomendasi dari teman dibandingkan dengan pesan yang disampaikan dalam iklan *platform e-wallet*.

hal ini karena testimony dan rekomendasi dari teman membangkitkan kepercayaan saat menggunakan *e-wallet*.

4.2.3 Variabel *Cashless Society*

Variabel *cashless society* memiliki tiga indikator yang diperjelas dengan empat pertanyaan setiap indikator kuisioner dan tentunya sudah terjawab menggunakan skala likert. Tiga indikator tersebut yaitu, minat bertransaksi non cash, kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Ketiga indikator tersebut menjadi penilaian fenomena *cashless society* di masyarakat. Ketiga indikator tersebut dijelaskan dalam dua belas soal yang dideskripsikan melalui tabel berikut:

Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden *Variabel Cashless Society*

Item	Skor				Total Respon den	Mea n	Ket
	1	2	3	4			
	STS	TS	S	SS			
Banyaknya aplikasi <i>e-wallet</i> dengan beberapa promosi, membuat saya lebih sering bertransaksi non cash.	1	13	25	61	100	3,46	Rendah
Transaksi memanfaatkan QRIS dan non cash merupakan faktor pendukung adanya <i>cashless society</i>	3	17	21	59	100	3,46	Rendah

Kurangnya pengetahuan tentang QRIS akan berpengaruh pada fenomena <i>cashless society</i>	1	7	30	62	100	3,54	Tinggi
Ketersediaan alat pembayaran non tunai berbagai macam memunculkan minat saya untuk bertransaksi non cash.	1	7	29	63	100	3,54	Tinggi
Sistem kerja QRIS dan aplikasi <i>e-wallet</i> mudah saya mengerti dan digunakan	0	2	29	69	100	3,66	Sangat Tinggi
Aplikasi <i>e-wallet</i> praktis untuk digunakan dan tidak terikat oleh durasi waktu dan tempat.	1	2	28	69	100	3,65	Sangat Tinggi
Berbagai kemudahan penggunaan non cash, setiap melakukan pembayaran saya mengutamakan pembayaran non cash (QRIS dan <i>e-wallet</i>).	1	8	28	63	100	3,52	Rendah
Ketika saya melakukan transaksi non tunai, tidak pernah terkendala jaringan.	4	18	24	54	100	3,26	Sangat Rendah
Penggunaan QRIS dan <i>e-wallet</i> mampu menambah tingkat produktivitas dan efektivitas kinerja saya.	2	2	29	67	100	3,58	Tinggi

Dengan berbagai manfaat adanya <i>cashless society</i> , saya memperkirakan fenomena <i>cashless society</i> akan berkelanjutan di masa depan.	1	2	32	65	100	3,61	Tinggi
Kemudahan yang diberikan <i>e-wallet</i> menyebabkan pola konsumsi saya berubah menjadi konsumtif dan tidak rasional saat berbelanja.	1	3	31	65	100	3,58	Tinggi
Saya sering membeli produk yang kurang bermanfaat dengan menggunakan QRIS dan <i>e-wallet</i> karena banyaknya promosi.	1	3	28	68	100	3,62	Tinggi

Menurut tabel 4.5 memastikan bahwa rata-rata hasil evaluasi responden terhadap variabel *cashless society* termasuk dalam kriteria tinggi dengan nilai antara 3,53 – 3,63. Penilaian tertinggi terletak pada item pernyataan “sistem kerja QRIS dan aplikasi *e-wallet* mudah saya mengerti dan digunakan”. Sedangkan penilaian terendah terletak pada item “Ketika saya melakukan transaksi non tunai, tidak pernah terkendala jaringan.”

Berdasarkan hasil tersebut terlihat dari jawaban responden yang tinggi pada pernyataan “system kerja QRIS dan aplikasi *e-wallet* mudah dimengerti dan digunakan”. Hal ini berarti fenomena *cashless society* di masyarakat merupakan dampak dari kemudahan yang diakibatkan oleh system

kerja QRIS dan *e-wallet*. Namun kendala fenomena *cashless society* di masyarakat karena adanya gangguan jaringan saat bertransaksi non tunai, hal itu harus menjadi evaluasi terhadap pemerintah dan penyedia provider untuk meningkatkan kualitas dan memperbanyak jaringan sehingga dapat mengurangi kendala untuk meningkatkan fenomena *cashless society* di masyarakat. Dengan begitu dapat dinyatakan bahwasannya variabel literasi keuangan QRIS dan promosi *e-wallet* memberikan pengaruh terhadap fenomena *cashless society*.

4.3 Hasil Wawancara

4.3.1 Profil Narasumber

Tabel 4.6 Profil Narasumber

No.	Nama	Latar Belakang Sosial
1.	Siti Nur Aisyah	Guru TK Islam Sabillillah Sidoarjo
2.	Zumrotun Aprilia	Mahasiswi Sosiologi Semester 3 UNESA
3.	Yoga Dimas	Staff Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Pasuruan
4.	Moch. Riyan Pratama	Staff Marketing Offline YDSF Surabaya
5.	Ani Fatmawati	Reseller Minigold Seragen
6.	Ikhsan Dermawan	Sekretaris GenRe Kabupaten Pasuruan
7.	M. Afifudin	Mahasiswa Administrasi Publik Semester 7 UPNSBY
8.	Fitri Nur Saadah	Mahasiswi Psikologi Semester 5 UINSA
9.	Amelia Fawwaaz Zain	Mahasiswi Teknologi Informatika UNEJ
10.	M. Iqbal Farabbi	Perangkat Desa Manaruwi Sidoarjo

4.3.2 Pembahasan Hasil Wawancara

1. Menurut anda, apakah kemudahan yang diberikan *e-wallet* dan QRIS membuat anda sering berbelanja dan bertransaksi?

Kesepuluh responden pada pertanyaan ini mempunyai beragam jawaban. Kemudahan yang diberikan *e-wallet* dan QRIS yaitu adanya efisien waktu dan tenaga. Menurut responden dengan adanya system cashless tidak perlu lagi untuk keluar rumah ketika berbelanja, tidak perlu lagi risau ketinggalan dompet ketika berbelanja dan juga meminimalisir terjadinya resiko kejahatan seperti terkena pemalsuan uang maupun pencurian. Selain itu, berbagai promosi yang tersedia ketika bertransaksi secara cashless menjadikan motivasi untuk terus bertransaksi secara cashless. Seiring dengan banyaknya promosi yang selalu ada pada system cashless berdampak pada tingkat konsumsi masyarakat. Kesepuluh responden mengakui sering tergiur pada promosi ketika menggunakan cashless sehingga membuat sering berbelanja.

Penelitian dari (Reny Dwijayanti, 2021) menyatakan bahwasannya persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan pada minat penggunaan shopeepay dan juga adanya pengaruh positif secara signifikan antara variabel independen promosi cashback dan minat menggunakan khususnya para mahasiswa yang minat dalam penggunaan ShopeePay dalam segala transaksi. Selain itu, penelitian (Giswandhani & Hilmi, 2020) hasil pengujian baik secara simultan maupun parsial didapatkan hasil penelitian terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kemudahan transaksi non-tunai merujuk pada dimensinya yaitu jelas dan mudah dipahami, tidak memerlukan pemikiran panjang, mudah digunakan, dapat

dikendalikan, mudah menjadi terampil dan fleksibel terhadap sikap konsumtif masyarakat kota Makassar.

2. Bagaimana pengaruh sistem *cashless* pada tingkat konsumsi anda?

Menurut jawaban responden, kesepuluh mengakui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada daya beli dan konsumsi dengan adanya sistem *cashless*. Responden mengatakan bahwa jika promo yang tersedia pada *e-wallet* dan QRIS tidak dimanfaatkan maka akan sia-sia. Sehingga kebanyakan dari responden sangat memanfaatkan adanya promo yang tersedia dan menyebabkan meningkatnya tingkat konsumsi responden. Selain karena adanya promo, kemudahan dan efisiensi sistem *cashless* juga menjadi daya tarik tersendiri bagi responden. Hampir setiap saat jika terdapat pilihan bertransaksi secara *cashless* maka akan memilih bertransaksi menggunakan sistem *cashless*. Dengan begitu secara tidak langsung sistem *cashless* membuat perubahan tingkat konsumsi responden yang awalnya hanya bertransaksi offline seperlunya, sekarang bertransaksi dengan memanfaatkan promosi yang tersedia sehingga tidak hangus.

Penelitian yang sama terkait adanya Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar (Giswandhani & Hilmi, 2020) mempunyai enam indikator yaitu, jelas dan mudah dipahami (*clear and understandable*), tidak memerlukan pemikiran panjang (*doesn't require a lot of mental effort*), mudah digunakan (*easy to use*), dapat dikendalikan (*controllable*), mudah menjadi

terampil (easy to become skilful) dan fleksibel (flexible) terhadap perilaku konsumtif. Dan hasilnya terdapat lima indikator yang mempunyai hasil signifikan terhadap perilaku konsumtif yaitu mudah dipahami, tidak memerlukan pemikiran panjang, fleksibel, mudah, dan mudah terampil. Sedangkan terdapat satu indikator yang tidak signifikan yaitu mudah dikendalikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lainnya yang menjelaskan terkait adanya pengaruh system cashless terhadap sikap konsumtif yaitu penelitian dari (Insana & Johan, 2021) penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI.

3. **Apakah anda sering melakukan pembelian yang kurang bermanfaat akibat adanya potongan harga dan berbagai promosi ketika bertransaksi secara *cashless*?**

Responden menjawab pertanyaan ini dengan jawaban yang sama yakni pernah menggunakan potongan harga dan promosi untuk melakukan pembelian yang kurang bermanfaat. Frekuensi rata-rata pembelian kurang bermanfaat yang dilakukan oleh responden yaitu dua kali dalam satu bulan. Responden perempuan menjawab bahwa frekuensi pembelian kurang bermanfaat lebih dari empat kali, menyesuaikan dengan jatah gratis ongkir maupun promo yang tersedia. Alasan pertama membeli barang yang kurang bermanfaat selain karena adanya promosi dan potongan harga, alasan kedua karena barangnya lucu dan unik yang terlihat dari packaging dan warnanya.

Selain itu mengikuti trend yang ada di masyarakat dan pada media sosial sehingga harus membeli barang tersebut tanpa melihat kegunaannya di masa depan hanya untuk kesenangan sebentar. Alasan ketiga melakukan pembelian kurang bermanfaat yaitu adanya tuntutan sosial karena memiliki rasa gengsi yang besar atas penampilan dirinya dan anggapan lingkungan sosial.

Penelitian (Kusuma, 2020) mendeskripsikan bahwa 80% respondennya menjadi sangat konsumtif dan selalu ingin menggunakan dompet digitalnya adalah karena provider dompet digital tersebut membuat kerjasama yang sangat menarik dengan merchant-merchant besar yang sangat populer di kalangan anak muda. Penelitian selanjutnya yang menegaskan adanya pengaruh konsumtif akibat adanya pengaruh *e-wallet* dilakukan oleh (Mujahidin, 2020). Pada penelitian ini adanya promosi yang diberikan OVO dan Gopay para generasi millennial memanfaatkan untuk melakukan pembelian yang kurang bermanfaat.

4. Bagaimana tindakan anda untuk mengurangi tingkat konsumtif yang ditimbulkan adanya kemudahan system *cashless*?

Responden menjawab dengan berbagai macam jawaban. empat dari sepuluh responden hanya menjawab dengan sengaja mengabaikan berbagai promosi yang tersedia pada *platform e-wallet* dan juga tidak sering menggunakan *e-wallet* jika tidak benar benar membutuhkan. Tiga dari sepuluh responden lainnya sengaja untuk menyibukkan diri pada tanggal-

tanggal kembar yang biasanya terdapat banyak promo yang tersedia dan tidak sering melakukan top up *e-wallet* sehingga dapat mengantisipasi melakukan pembelian yang kurang bermanfaat. Tiga responden lainnya sengaja membuat list belanja prioritas dan anggaran belanja sehingga dapat menjadi pengendali dari belanja konsumtif. Selain itu beberapa responden mengetahui bahwa tindakan konsumtif itu juga menimbulkan *mubazir* atau sia-sia yang dilarang agama.

Penelitian (Nurjannah et al., 2021) menjelaskan adanya metode pembayaran nontunai dengan menggunakan *e-wallet* yang memberikan berbagai kemudahan dan tidak dipungkiri memiliki kemudharatan bagi penggunaannya terutama konsumen muslim, salah satunya yaitu sikap boros. Perilaku boros atau konsumtif merupakan perbuatan yang dilarang dalam Islam. Penelitian ini juga menyarankan masyarakat menggunakan *e-wallet* tidak hanya untuk berbelanja namun untuk menjadikan kegiatan berdonasi menjadi kebiasaan dengan menggunakan *platform* yang tersedia.

Penelitian (Rif'ah, 2019) fenomena *cashless society* dimasyarakat perlu dilakukan edukasi dan sosialisasi lebih gencar lagi. Karena selain digunakan untuk transaksi jual beli cashless juga bisa dipakai untuk sarana investasi. *Cashless* seharusnya tidak membuat kita bertambah boros tapi malah membuat kita bisa merencanakan keuangan dengan lebih baik.

4.4 Hasil Analisis Model PLS

4.4.1 Model *Outer Model*

Model pengukuran outer model mempunyai fungsi untuk melihat keterkaitan antar setiap blok indikator dengan variabel latennya. Penilaian pengukuran model dapat dilihat dengan cara mengamati hasil dari *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Hasil dari model outer model penelitian ini dideskripsikan sebagai berikut:

a) *Convergent Validity*

Berikut ini adalah pengolahan data pertama berdasarkan 3 variabel dengan jumlah 36 pertanyaan dengan jumlah responden sementara sebanyak 100 responden.

Tabel 4. 7 Loading Factor

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule Of Thumb	Kesimpulan
Literasi Keuangan QRIS	LK1	0,769	0,700	Valid
	LK2	0,849	0,700	Valid
	LK3	0,876	0,700	Valid
	LK4	0,881	0,700	Valid
	LK5	0,885	0,700	Valid
	LK6	0,882	0,700	Valid
	LK7	0,845	0,700	Valid
	LK8	0,852	0,700	Valid
	LK9	0,756	0,700	Valid
	LK10	0,720	0,700	Valid
	LK11	0,739	0,700	Valid
	LK12	0,757	0,700	Valid
Promosi <i>E-wallet</i>	PE1	0,763	0,700	Valid
	PE2	0,829	0,700	Valid
	PE3	0,889	0,700	Valid
	PE4	0,920	0,700	Valid
	PE5	0,735	0,700	Valid
	PE6	0,736	0,700	Valid

	PE7	0,707	0,700	Valid
	PE8	0,825	0,700	Valid
	PE9	0,746	0,700	Valid
	PE10	0,720	0,700	Valid
	PE11	0,786	0,700	Valid
	PE12	0,724	0,700	Valid
<i>Cashless society</i>	CS1	0,777	0,700	Valid
	CS2	0,752	0,700	Valid
	CS3	0,815	0,700	Valid
	CS4	0,778	0,700	Valid
	CS5	0,776	0,700	Valid
	CS6	0,803	0,700	Valid
	CS7	0,833	0,700	Valid
	CS8	0,764	0,700	Valid
	CS9	0,872	0,700	Valid
	CS10	0,807	0,700	Valid
	CS11	0,826	0,700	Valid
	CS12	0,808	0,700	Valid

(Sumber: Output SmartPLS 3,2022)

Convergen validity dari *measurement model* dengan indikator refleksif mampu melihat korelasi antara *score item/indicator* dengan *score konstruknya*. Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi lebih besar 0,700. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan bantuan software SMARTPLS didapatkan hasil pengujian *convergent validity* pada setiap *indicator* mempunyai *score* konstruknya lebih dari 0,700 yang berarti semua indikator dapat dikatakan *reliable*.

Metode lain untuk mengukur penilaian *Convergent Validity* selain menggunakan *loading factor*, penilaian *convergent validity* juga dapat menggunakan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai ini mendeskripsikan besaran varian atau keragaman variabel

yang dapat dimuat oleh konstruk laten. *Average Variance Extracted* (AVE) mempunyai minimal nilai yaitu 0,5 yang menunjukkan ukuran *convergent validity* yang baik.

Tabel 4. 8 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel Laten	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Literasi Keuangan QRIS (X1)	0,672
Promosi <i>E-wallet</i> (X2)	0,615
<i>Cashless society</i> (Y)	0,643

(Sumber: Output SmartPLS 3,2022)

Dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan QRIS (X1), promosi *e-wallet* (X2) dan *cashless society* (Y) menunjukkan hasil keseluruhan diatas 0,5. Yang berarti bahwa ketiga variabel mampu mendeskripsikan rata-rata lebih dari setengah variance dari indikator-indikatornya.

b) *Discriminant Validity*

Pengukuran *discriminant validity* yang dievaluasi melalui *cross loading* dengan membandingkan korelasi indikator dengan kontruknya dan konstruk blok lainnya.

Tabel 4. 9 Hasil *Cross Loading*

	X1	X2	Y	Keterangan
LK1	0,769	0,508	0,361	Valid
LK2	0,849	0,463	0,421	Valid
LK3	0,876	0,555	0,469	Valid

LK4	0,881	0,559	0,512	Valid
LK5	0,885	0,616	0,520	Valid
LK6	0,882	0,658	0,680	Valid
LK7	0,845	0,664	0,764	Valid
LK8	0,852	0,544	0,462	Valid
LK9	0,756	0,456	0,490	Valid
LK10	0,720	0,482	0,495	Valid
LK11	0,739	0,440	0,391	Valid
LK12	0,757	0,535	0,391	Valid
PE1	0,562	0,763	0,575	Valid
PE2	0,684	0,829	0,690	Valid
PE3	0,600	0,889	0,736	Valid
PE4	0,591	0,920	0,699	Valid
PE5	0,362	0,735	0,623	Valid
PE6	0,401	0,736	0,555	Valid
PE7	0,468	0,707	0,488	Valid
PE8	0,610	0,825	0,580	Valid
PE9	0,551	0,746	0,579	Valid
PE10	0,496	0,720	0,535	Valid
PE11	0,444	0,786	0,538	Valid
PE12	0,504	0,724	0,650	Valid
CS1	0,546	0,611	0,777	Valid
CS2	0,401	0,458	0,752	Valid
CS3	0,479	0,585	0,815	Valid
CS4	0,536	0,568	0,778	Valid
CS5	0,595	0,683	0,776	Valid
CS6	0,559	0,696	0,803	Valid
CS7	0,562	0,682	0,833	Valid
CS8	0,495	0,726	0,764	Valid
CS9	0,524	0,589	0,872	Valid
CS10	0,458	0,630	0,807	Valid
CS11	0,466	0,597	0,826	Valid
CSS12	0,420	0,565	0,808	Valid

(Sumber: Output SmartPLS 3,2022)

Dari hasil table 4.8 membuktikan penilaian yang dihasilkan oleh korelasi *indicator* dengan konstruksya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antara blok lainnya. Hasil pengujian tersebut keseluruhan variabel sudah mempunyai hasil *discriminant validity* yang baik, yang berarti *indicator* pada blok

indicator konstruk tersebut lebih baik dibandingkan dengan indicator di blok lainnya.

Evaluasi berikutnya melalui perbandingan nilai akar AVE dengan korelasi antar konstruk. Hasil penilaian yang diharapkan bahwa nilai akar AVE lebih tinggi dari korelasi antar konstruk. Nilai AVE yang baik disyaratkan memiliki nilai lebih besar dari 0,50.

Tabel 4.10 Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE

Variabel	AVE	Akar Kuadrat AVE
Literasi Keuangan QRIS (X1)	0,672	0,819
Promosi <i>E-wallet</i> (X2)	0,615	0,784
<i>Cashless society</i> (Y)	0,643	0,801

(Sumber: Output SmartPLS 3,2022)

Hasil penilaian tabel 4.9 membuktikan bahwa nilai akar AVE lebih tinggi dibandingkan dengan nilai AVE dan juga sudah melampaui persyaratan nilai minimum yaitu 0,50. Jadi jika disimpulkan semua konstruk nilai AVE dan akar kuadrat AVE di estimasi memenuhi kriteria *discriminant validity*.

c) *Composite Reliability*

Pengukuran outer model dinilai dengan composite reliability yang dapat dilakukan dengan mengobservasi nilai reliabilitas konstruk atau variabel laten yang diukur. *Composite reliability* dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai lebih dari 0,70.

Tabel 4. 11 *Composite Reliability*

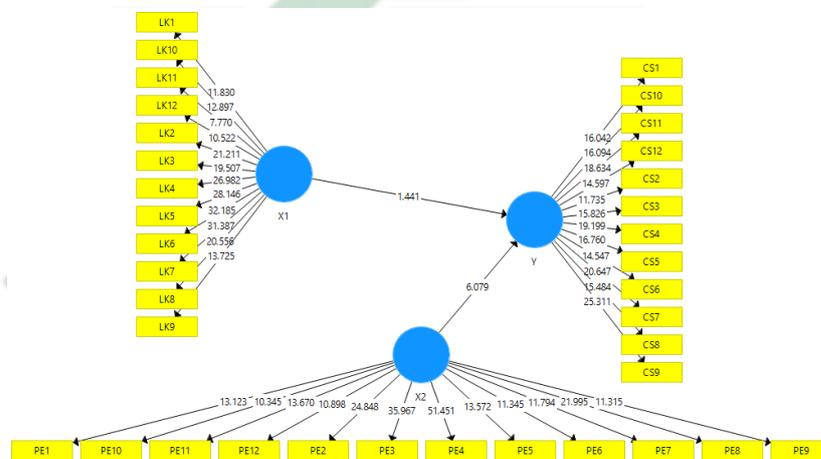
Variabel	<i>Composite reliability</i>	<i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
Literasi Keuangan QRIS (X1)	0,961	0,955	Reliabel
Promosi <i>E-wallet</i> (X2)	0,950	0,942	Reliabel
<i>Cashless society</i> (Y)	0,956	0,949	Reliabel

(Sumber: Output SmartPLS 3,2022)

Evaluasi *composite reliability* pada tabel 4.9 menunjukkan nilai untuk semua konstruk berada diatas nilai 0,70 yang mendefinisikan bahwa variabel Literasi Keuangan, Promosi *E-wallet* dan *Cashless society* mempunyai reliabilitas yang baik sesuai dengan batas nilai minimum yang telah disyaratkan.

4.4.2 Analisis Inner Model (Model Struktural)

Pengujian inner model ini memiliki tujuan untuk melihat adanya keterkaitan antar variabel berdasarkan pada *substansive theory*. Evaluasi model structural mampu diamati dari hasil bootstrapping sebagai berikut:



Sumber : SmartPLS data diolah

Gambar 4. 1 Output *Bootstrapping*

Pengujian inner model melalui r-square untuk konstruk dependen dan nilai t dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*).

a) Analisis Varians (R^2) atau Uji Determinasi

Analisis varians atau uji determinasi yaitu pengukuran yang mempunyai tujuan mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ghozali memberikan kriteria nilai R square sebesar 0,67, 0,33, 0,19 sebagai kuat,

moderat, dan lemah (Ghozali dan Latan,2015). Nilai dari koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada tabel 4.11 :

Tabel 4. 12 *R Square*

Variabel	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Cashless society (Y)</i>	0,628	0,620

(Sumber: Output SmartPLS 3,2022)

Nilai *R Square* mempunyai pengaruh secara simultan X1 dan X2 terhadap Y adalah sebesar 0,628 melalui nilai adjusted r square 0,620. Maka, didefinisikan bahwa semua konstruk eksogen (X1 dan X2) secara serentak mempengaruhi Y sebesar 0,620 atau 62%. Oleh karena Adjusted R Square kurang dari 67% maka pengaruh semua konstruk eksogen X1 dan X2 terhadap Y termasuk moderate.

b) Pengujian Hipotesis (path coefficients)

Pengujian hipotesis dilaksanakan guna melihat apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik dan p-values.

Tabel 4.13 Hasil *Path Coefficient*

Hipotesis	<i>Original Sample (OS)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>

Literasi Keuangan QRIS (X1) – <i>Cashless society</i> (Y)	0,204	0,210	0,135	1,158	0,130
Promosi <i>E-wallet</i> – <i>Cashless society</i>	0,641	0,648	0,099	6,475	0,000

(Sumber: Output SmartPLS 3,2022)

Hipotesis dapat diterima apabila T statistic lebih besar dari tabel yaitu 1,96 dan nilai p-value kurang dari 0,05 atau 5%. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Pengujian hipotesis pertama (H1)

Hipotesis pertama mengevaluasi apakah *literasi keuangan QRIS* secara positif berpengaruh terhadap *Cashless society*. Hasil evaluasi memperhatikan bahwa nilai koefisien beta *literasi keuangan QRIS* terhadap *Cashless society* sebesar 0,204 dan t-statistik sebesar 1,158. Hasil evaluasi menyatakan t-statistik tidak signifikan karena kurang dari 1,96 dengan p value lebih dari 0,05 sehingga hipotesis pertama ditolak. Hasil

tersebut memastikan bahwa literasi keuangan *QRIS* tidak terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *cashless society*.

2) Pengujian hipotesis kedua (H2)

Evaluasi hipotesis kedua mengevaluasi apakah promosi *e-wallet* secara positif berpengaruh terhadap *cashless society*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa nilai koefisien beta promosi *e-wallet* terhadap *cashless society* sebesar 0,641 dan t-statisticnya sebesar 6,475. Dari hasil evaluasi diketahui nilai t-statistik signifikan karena lebih dari 1,96 dengan p value yang kurang dari 0,05 maka hipotesis kedua diterima. Hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa *Promosi E-wallet* terbukti mempunyai pengaruh positif terhadap *Cashless society*.

Tabel 4. 14 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
H1	Terdapat pengaruh Literasi Keuangan QRIS terhadap <i>Cashless society</i>	Koef.Beta = 0,204 T-Statistics = 1,158 P value = 0,130	Ditolak
H2	Terdapat pengaruh Promosi <i>E-wallet</i> terhadap <i>Cashless society</i>	Koef.Beta = 0,641 T-Statistics = 6,475 P value = 0,00	Diterima

(sumber: data diolah,2022)

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

4.5.1 Pengaruh Literasi Keuangan QRIS terhadap *Cashless society*

Hasil evaluasi hipotesis pertama mampu ditarik kesimpulan bahwa variabel literasi keuangan QRIS tidak mempunyai pengaruh positif terhadap *cashless society*. Hasil evaluasi yang diperoleh literasi keuangan tidak membuktikan terdapat pengaruh positif terhadap *cashless society* sehingga hipotesis ini ditolak. Penolakan hipotesis pada penelitian ini terlihat pada hasil jawaban kuisioner responden terendah pada pernyataan “saya selalu menyediakan aplikasi *e-wallet* saat menuju tempat pembayaran /kasir karena ketersediaan QRIS yang sudah banyak ditemui.” Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa masyarakat tidak selalu menyediakan aplikasi *e-wallet* saat bertransaksi meskipun mengetahui ketersediaan QRIS. Masyarakat mempunyai banyak referensi cara bertransaksi non tunai seperti transfer, debit, kredit, kartu ATM dan kartu pra-bayar sehingga menjadi salah satu tantangan pemerintah untuk membuat banyak masyarakat berminat bertransaksi non tunai dengan bantuan alat transaksi QRIS. Dari hasil pengukuran jawaban responden masyarakat mempunyai tingkat literasi keuangan yang tinggi terkait QRIS namun tidak disertai dengan tindakan masyarakat yang tidak selalu menggunakan QRIS saat bertransaksi.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian (Nirmala, Munasiron Miftah, 2020) tingkat literasi keuangan belum seutuhnya menjadi penentu bagi mahasiswa dalam memanfaatkan alat pembayaran non tunai atau

fenomena *cashless society* dalam aktivitas sehari-hari. Hasil ini karena kebanyakan mahasiswa belum mempunyai pekerjaan sehingga tidak memiliki pendapatan yang besar ketika bertransaksi non tunai. Penelitian (Saputri, 2020) dengan banyaknya referensi instrumen pembayaran non tunai di Indonesia, minat masyarakat terhadap instrument pembayaran QRIS masih kalah dengan alat pembayaran non tunai lainnya. Penelitian yang lain juga menjelaskan bahwa dengan keragaman alat pembayaran non tunai, masyarakat menengah kebawah cenderung menggunakan transfer dibandingkan dengan menggunakan QRIS ketika bertransaksi secara non tunai karena rutinitas yang masih melekat pada masyarakat menengah ke bawah (Agung et al., 2020).

Peran Bank Indonesia sangat dibutuhkan untuk memberikan edukasi dan kontribusi untuk masyarakat sehingga tidak hanya paham terkait literasi QRIS namun juga bagaimana masyarakat bisa menggunakannya pada kehidupan sehari-hari. Bank Indonesia bisa memperbanyak sosialisasi serta membimbing menggunakan *e-wallet* dan QRIS di masyarakat sehingga fenomena *cashless* ini dapat terus ada.

4.5.2 Pengaruh Promosi *E-wallet* terhadap *Cashless society*

Hasil evaluasi hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa variabel promosi *E-wallet* mempunyai pengaruh positif terhadap *cashless society*. Sesuai dengan hipotesis yang digunakan bahwa variabel promosi *e-wallet* mempunyai pengaruh terhadap fenomena *cashless society* di masyarakat. Jika dikaitkan dengan teori TAM masyarakat Indonesia menerima teknologi baru

yaitu pembayaran melalui *e-wallet* dikarenakan banyaknya macam – macam promosi *e-wallet* yang ditawarkan oleh *platform e-wallet* seperti *cashback*, *discount*, *cupon*, *poin* dan *voucher*. Selain itu, pada penelitian ini diketahui bahwa minat seseorang bertransaksi non tunai dengan menggunakan *e-wallet* selain karena adanya promosi yang dilakukan oleh *platform e-wallet* juga terdapat testimony ataupun rekomendasi dari teman maupun orang terdekat yang dapat meningkatkan minat dan rasa kepercayaan ketika menggunakan *e-wallet*.

Penelitian (Reny Dwijayanti, 2021) juga menegaskan bahwa terdapat promosi yang menawan dapat memunculkan hasrat untuk bertransaksi melalui *e-wallet*. Selain itu, penelitian (Priskilia & Sitinjak, 2019) juga mendeskripsikan promosi penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali layanan Go-Pay di Jakarta. Penelitian dari (Umiyati et al., 2021) juga menjelaskan terkait pengaruh sosial yang memiliki pengaruh positif terhadap frekuensi penggunaan *e-wallet* DANA pada mahasiswa Kabupaten Subang. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan *e-wallet* dan kemudahan yang ditawarkan oleh *e-wallet* akan berdampak positif terhadap fenomena *cashless society* di masyarakat (Abiba & Indrarini, 2021).

4.5.3 Fenomena *Cashless society* ditinjau dari Perspektif *Maslahah*

Hasil evaluasi hipotesis yang telah dilaksanakan menyebutkan bahwa variabel *cashless society* hanya dipengaruhi mempunyai hubungan yang positif terhadap promosi *e-wallet*.

Cashless society meskipun pada penelitian ini tidak mempunyai hubungan positif dengan literasi keuangan QRIS. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa literasi keuangan QRIS mempunyai peran terhadap peningkatan fenomena *cashless society* di masyarakat. Tingkat literasi menjadi indikator capaian system cashless di Indonesia.

Promosi *e-wallet* menjadi satu-satunya variabel yang memiliki hubungan positif terhadap fenomena *cashless society* di masyarakat. Dengan adanya promosi yang gencar dilakukan oleh *platform e-wallet* dan rekomendasi serta testimony dari teman, keluarga maupun kerabat terdekat mampu membangkitkan minat dan kepercayaan masyarakat untuk bertransaksi secara non tunai.

Fenomena *cashless society* di masyarakat merupakan dampak dari kemudahan yang diakibatkan oleh system kerja QRIS dan *e-wallet*. Faktor ini yang didapat dari jawaban kuisisioner yang sudah dibagikan kepada responden. Masyarakat juga memperkirakan bahwa fenomena *cashless society* ini akan terus ada dan berkelanjutan di masa depan.

Dampak fenomena *cashless society* terdapat pada gaya hidup masyarakat saat ini. Masyarakat yang diberikan kemudahan, praktis, efisiensi saat bertransaksi menyebabkan gaya hidup dan pola konsumsi berubah menjadi konsumtif. Pernyataan ini didasari oleh jawaban responden pada pernyataan

butir 11 indikator *cashless society* yaitu “kemudahan yang diberikan *e-wallet* menyebabkan pola konsumsi saya berubah menjadi konsumtif dan tidak rasional saat berbelanja”. Penilaian jawaban pernyataan ini mempunyai nilai yang tinggi yang berarti rata-rata responden melakukan hal yang sama. Penilaian ini juga diperjelas dengan pernyataan butir 12 yaitu “saya sering membeli produk yang kurang bermanfaat dengan menggunakan QRIS dan *e-wallet* karena banyaknya promosi”. Pernyataan ini juga mempunyai nilai yang tinggi dan yang berarti masyarakat banyak yang melakukan pembelian ataupun bertransaksi yang kurang bermanfaat karena tergiur kemudahan, banyaknya promo *e-wallet*.

Jawaban narasumber juga menguatkan pendapat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada daya beli dan konsumsi dengan adanya system cashless. Narasumber mengatakan bahwa jika promo yang tersedia pada *e-wallet* dan QRIS tidak dimanfaatkan maka akan sia-sia. Sehingga kebanyakan dari narasumber sangat memanfaatkan adanya promo yang tersedia dan menyebabkan meningkatnya tingkat konsumsi responden. Selain itu, Narasumber menjawab pertanyaan ini dengan jawaban yang sama yakni pernah menggunakan potongan harga dan promosi untuk melakukan pembelian yang kurang bermanfaat. Frekuensi rata-rata pembelian kurang bermanfaat yang dilakukan oleh responden yaitu dua kali dalam satu bulan menyesuaikan dengan jatah gratis ongkir maupun promo yang tersedia. Beberapa alasan membeli barang yang kurang bermanfaat selain karena adanya promosi dan potongan harga, karena barangnya lucu dan unik yang terlihat dari packaging

dan warnanya. Selain itu mengikuti trend yang ada di masyarakat dan pada media sosial sehingga harus membeli barang tersebut tanpa melihat kegunaannya di masa depan hanya untuk kesenangan sebentar. Alasan yang terakhir melakukan pembelian kurang bermanfaat yaitu adanya tuntutan sosial karena memiliki rasa gengsi yang besar atas penampilan dirinya dan anggapan lingkungan sosial.

Narasumber juga memberikan jawaban terkait tindakan untuk mengurangi tingkat konsumtif dengan beberapa jawaban seperti sengaja mengabaikan berbagai promosi yang tersedia pada *platform* e-wallet dan juga tidak sering menggunakan e-wallet jika tidak benar benar membutuhkan. Narasumber lainnya sengaja untuk menyibukkan diri pada tanggal-tanggal kembar yang biasanya terdapat banyak promo yang tersedia dan tidak sering melakukan top up e-wallet sehingga dapat mengantisipasi melakukan pembelian yang kurang bermanfaat. Narasumber lainnya sengaja membuat list belanja prioritas dan anggaran belanja sehingga dapat menjadi pengendali dari belanja konsumtif. Selain itu beberapa responden mengetahui bahwa tindakan konsumtif itu juga menimbulkan *mubazir* atau sia-sia yang dilarang agama.

Penelitian (Kusuma, 2020) memperkuat penelitian ini bahwa 80% respondennya menjadi sangat konsumtif dan selalu ingin menggunakan dompet digitalnya adalah karena provider dompet digital tersebut membuat kerjasama yang sangat menarik dengan merchant-merchant besar yang sangat populer di kalangan anak muda.

Penelitian (Mujahidin, 2020) mengatakan persepsi kemudahan penggunaan OVO dan Gopay memiliki pengaruh terkait perilaku konsumtif pada generasi millennial. Penelitian lain yang sejalan juga pernah dilakukan oleh (Kusuma, 2020) hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa pemakaian dompet elektronik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian (Safura Azizah, 2020) mempertegas bahwa gaya hidup zaman sekarang banyak yang konsumtif dan terlalu mengikuti trend sehingga lupa untuk melakukan saving untuk masa depan.

Perilaku pengendalian diri diharapkan dapat mengatasi perilaku konsumtif dan tidak rasional yang berkembang saat ini dengan cara mencontoh dan menerapkan konsep konsumsi islam dengan mengutamakan tujuan dari konsumsi islam yang *halal, thayyib, tabzir* (sia-sia). Perilaku pengendalian diri juga dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan dan membedakan kebutuhan dan keinginan. Selain itu, terdapat peranan penting literasi keuangan yang dapat berpengaruh dalam proses pengendalian diri dengan cara memperkirakan jumlah dana yang digunakan sehingga dapat menyisihkan dana lainnya menjadi tabungan atau investasi di masa depan.

Konsep *maslahah* dapat menjadi pengendali diri akibat adanya pola konsumtif dan tidak rasional dan menjadi pembatas dari semua hal yang membawa kerusakan (*mafsadah*). Konsep *maslahah* yaitu menjaga atau memelihara syara' untuk memenuhi kesejahteraan dunia dan akhirat. Adapun tujuan yang hendak dicapai dengan mengaitkan fenomena *cashless society* terhadap *maslahah* sendiri yaitu menjadi pengendali pola konsumsi masyarakat

yang semula konsumtif bisa rasional dan mendatangkan manfaat baik kepada dirinya maupun manusia lainnya. Tujuan yang kedua yaitu menghindari kemudharatan (bahaya) dalam kehidupan duniawi maupun akhirati yang ditimbulkan akibat adanya kemudahan fenomena *cashless society*.

Konsumsi memang mempunyai kebutuhan yang sangat besar dalam roda perekonomian. Menurut ekonomi islam, kepuasan konsumsi disebut dengan *masalah* yang mempunyai arti terwujudnya kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. maka kepuasan yang diperoleh seorang muslim bukan dilandaskan oleh jumlah yang dikonsumsi, melainkan dilandasi oleh besaran nilai ibadah yang diperoleh dari apa yang dikonsumsinya (Ilyas, 2017).

Islam memberitahukan bahwa manusia seharusnya berkehidupan secara benar, sebagaimana yang diatur oleh Allah SWT. Jika melakukan konsumsi tetapi menimbulkan kemafsadatan diri sendiri dan sekitar maka aktivitas tersebut harus segera ditiadakan. Hal ini sesuai dengan kaidah ushul fiqh :

درء المفساد أولى من جلب المنافع
 UIN SUNAN AMPEL
 SURABAYA
 Yang berarti “menolak segala bentuk kemudharatan lebih diutamakan

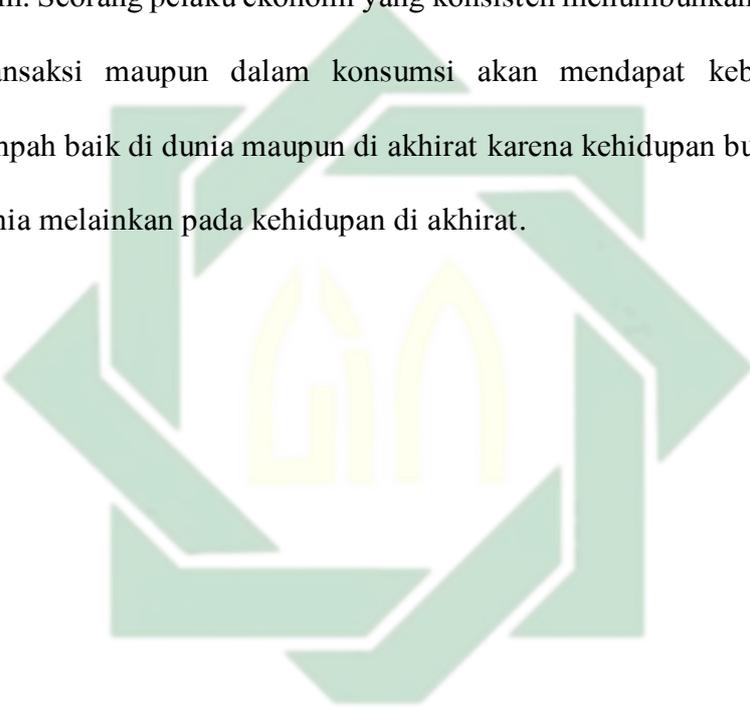
dariada menarik manfaat” (Ilyas, 2017).

Selain itu Allah telah berfirman pada surah Al –A’raf ayat 31

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Hai anak Adam, gunakan pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Dengan demikian *maslahah* dipastikan sesuai dengan rasionalitas muslim. Seorang pelaku ekonomi yang konsisten menumbuhkan *maslahah* saat bertransaksi maupun dalam konsumsi akan mendapat keberkahan yang berlimpah baik di dunia maupun di akhirat karena kehidupan bukan hanya ada di dunia melainkan pada kehidupan di akhirat.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

a) Variabel literasi keuangan *QRIS* (X1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap fenomena *cashless society*. Penyebab variabel literasi keuangan *QRIS* (X1) tidak berpengaruh yaitu meningkatnya tingkat literasi keuangan responden yang sudah tinggi namun tidak disertai dengan tindakan masyarakat selalu menggunakan *QRIS* saat bertransaksi. Selain itu, keberagaman alat pembayaran non tunai yang ada di Indonesia, masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah cenderung menggunakan transfer dibandingkan dengan *QRIS* ketika bertransaksi secara non tunai. Tingkat pendapatan responden yang rendah juga menjadi faktor tidak signifikannya variabel literasi keuangan *QRIS* terhadap fenomena *cashless society*.

b) Variabel promosi *e-wallet* (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap fenomena *cashless society*. Faktor variabel promosi *e-wallet* berpengaruh promosi *e-wallet* yaitu responden yang menerima teknologi pembayaran baru secara *cashless* melalui *e-wallet*. Promosi yang ditawarkan oleh *platform e-wallet* seperti *cashback*, *discount*, *voucher* juga sangat berpengaruh terhadap fenomena *cashless society*. Selain itu, pengaruh

lingkungan sosial mempunyai pengaruh positif untuk terus bertransaksi secara cashless.

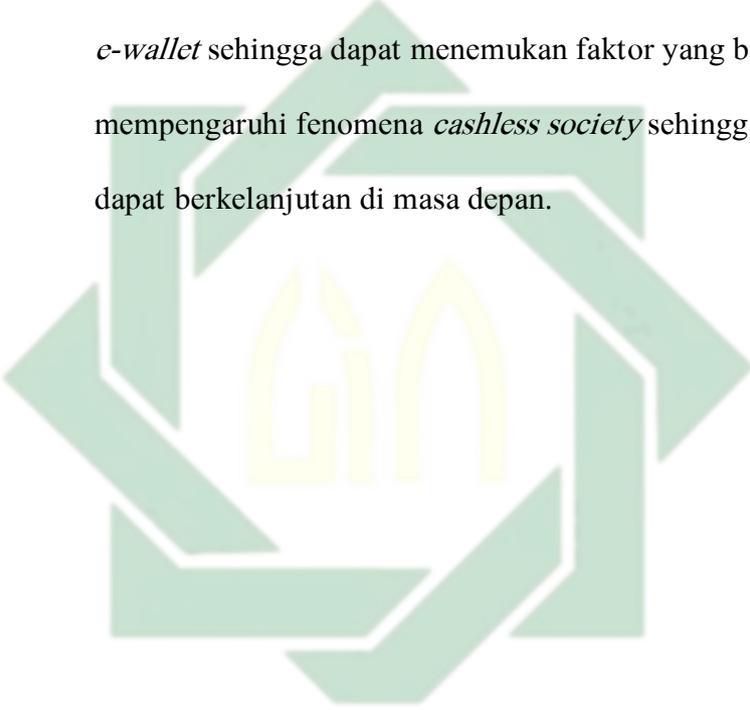
- c) Fenomena *cashless society* membawa pengaruh tidak baik jika digunakan dengan tidak baik seperti meningkatkan konsumsi yang kurang bermanfaat dalam periode yang sama dengan frekuensi lebih dari dua kali karena tergiur dengan banyaknya promosi yang tersedia. Untuk mengendalikan peningkatan konsumsi yang kurang bermanfaat perlu adanya konsep *masalah* dapat menjadi pengendali diri sehingga menjadi pembatas dari semua hal yang membawa kerusakan (*mafsadah*) yang ditimbulkan fenomena *cashless society*. Sehingga kemudahan yang diperoleh fenomena *cashless society* dapat memenuhi kesejahteraan dunia dan akhirat.

5.2 Saran:

- a) Bank Indonesia selalu meningkatkan edukasi dan sosialisasi literasi keuangan khususnya *QRIS* kepada masyarakat agar masyarakat mengerti dan menggunakan *QRIS* sehingga fenomena *cashless society* di masyarakat tetap berkelanjutan.
- b) *Platform e-wallet* selalu memberikan promosi dan memberikan citra yang positif sehingga pelanggan maupun pengguna mempunyai kesan yang baik terhadap *platform e-wallet*. Kesan yang baik yang dirasakan oleh pengguna *e-wallet* ini secara tidak langsung akan memberikan dampak kepada pengguna lainnya

akibat adanya testimony dan rekomendasi yang positif. Sehingga pengguna *e-wallet* meningkat dan juga berdampak pada meningkatnya masyarakat dalam bertransaksi secara *cashless*.

- c) Penelitian selanjutnya untuk memperluas variabel penelitian agar tidak hanya focus terhadap literasi keuangan *QRIS* dan promosi *e-wallet* sehingga dapat menemukan faktor yang baru yang dapat mempengaruhi fenomena *cashless society* sehingga fenomena ini dapat berkelanjutan di masa depan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abiba, R. W., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Berbasis Server Sebagai Alat Transaksi Terhadap Penciptaan Gerakan Less Cash Society pada Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 196–206.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/12961>
- Adam (ItWorks). (2020). *Marak Penipuan Lewat Kode OTP, Fintech Disarankan Pakai Sidik Jari*. Wwww.Itworks.Id. <https://www.itworks.id/24403/marak-penipuan-lewat-kode-otp-fintech-disarankan-pakai-sidik-jari.html>
- Agung, I. G., Wahyu, G., Atmika, W., Ekonomi, J., Akuntansi, D. A. N., Ekonomi, F., & Ganesha, U. P. (2020). Analisis Penerapan Quickresponse Indonesian Standard (Qris) Dalam Meningkatkan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Pania Pada Pura Jagatnatha , Singaraja. *JIMAT (Jurnal Ilmiah ...)*, 425–435.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/29267>
- Bank Indonesia. (2016). PBI 18/40/PBI/2016 Processing of Payment Transactions. *Bank Indonesia*, 51. https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_184016.aspx
- Bank Indonesia. (2019a). Bank Indonesia Terbitkan Ketentuan Pelaksanaan Qris. *Majalah Bank Indonesia Bicara*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/E-Magazine/Documents/BICARA-78_Stabilitas-Terjaga-Dukung-Langkah-Pre-emptive-Mendorong-Pertumbuhan.pdf
- Bank Indonesia. (2022). *PERATURAN ANGGOTA DEWAN GUBERNUR NOMOR 24/1/PADG/2022*. 1–77.
- Bank Indonesia, D. G. B. (2019b). Peraturan Anggota Dewan Gubernur. *Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/Padg/2019 Tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code Untuk Pembayaran*, 1–30.
- Center Katadata Insight (KIC). (2021). *Belanja di E-Commerce, Masyarakat Lebih Suka Pakai Dompot Digital*. Databoks. 9 Juni 2021.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/belanja-di-e-commerce-masyarakat-lebih-suka-pakai-dompot-digital>
- dailysocial.id. (2021, December 23). *Laporan DSInnovate: Fintech Report 2021*. *Dailysocial*. <https://Dailysocial.Id/Post/Laporan-Dsinnovate-Fintech-Report-2021>. <https://dailysocial.id/post/laporan-dsinnovate-fintech-report-2021>

- Elsa Silaen, B. P. (2019). PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO A . Pendahuluan pembelian . Jika dahulu konsumen harus datang langsung ke toko maka saat ini tidak perlu datang ke secara gratis di Google Play Store dan App Store . Perilaku mina. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol 8, No, 1–9*.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian: Kuantitatif & Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama. http://slims.umn.ac.id/index.php?p=show_detail&id=17293
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(2)*, 239–250.
- GoodStats. (2022). *Pengguna Dompot Digital di Indonesia Kian Tinggi, Mana yang Paling Banyak Digemari? - GoodStats*. <https://Goodstats.Id/>. <https://goodstats.id/article/penggunaan-dompot-digital-di-indonesia-kian-tinggi-dompot-digital-apa-paling-banyak-digunakan-0C7Nx>
- Hasbia Rizqi Annisa Sita Ramadanti, Jubaedah Nawir, M. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society Analysis. *Jurnal Visionida, 7(2)*, 96–109.
- Hastomo, A. D., & Aras, M. (2018). Influence of Cashless Society Socialization toward Trust Transaction Culture in Jakarta, Indonesia. *Humaniora, 9(1)*, 1. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v9i1.4174>
- Ilyas, R. (2017). Konsep Mashlahah Dalam Konsumsi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, 1(1)*, 9–24. <https://doi.org/10.24815/jped.v1i1.6517>
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Relasi : Jurnal Ekonomi, 17(2)*, 413–434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., Malik, N., & Malang, U. M. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi, 05(01)*, 23–30. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/skie>
- Kusuma, V. T. (2020). Pengaruh Dompot Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa Di Universitas Raharja. *Jl-Tech, 16(2)*, 50–54.
- Latan, H., & Ramli, N. A. (2013). The Results of Partial Least Squares-Structural Equation Modelling Analyses (PLS-SEM) recursive model, interaction model, intervening model, second-order model, heterogeneity

model and multi-group model Partial Least Square-Structural Equation Modelling (. *SSRN*).
<http://ssrn.com/abstract=2364191>Electroniccopyavailableat:<https://ssrn.com/abstract=2364191>

- Listyawati, L., & Subardini, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E – Wallet. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 5(2), 72–89. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v5i2.4191>
- Majelis Ulama Indonesia NO: 116/DSN-MUI/IX/2017. (2017). Uang Elektronik Syariah. *Fatwa Dewan Syariah Nasional*, 19, 1–12.
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Ni'mah, R., & Yuliana, I. (2020). E-Wallet: Sistem Pembayaran Dengan Prinsip Hifzul Maal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 52–66. <https://doi.org/10.37058/jes.v5i2.2016>
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Nirmala, Munasiron Miftah, dan S. M. (2020). Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Cashless Society. *Ocs.Upnvj.Ac.Id*, 3(1), 1205–1206. <https://ocs.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/2020/paper/viewFile/936/12>
- Nurjannah, N., Misbach, I., & Muin, R. (2021). The Maslahah of Muslim Consumer Behavior in Using E-Wallet in Makassar City. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v7i1.3331>
- Oktivera, E., & Wirawan, F. . W. (2020). E- Sales Promotion Membentuk Impulse Buying Konsumen. *J-Ika*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.31294/kom.v7i1.6899>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. *Otoritas Jasa Keuangan*, 378.
- Philip Kotler, G. A. (2004). *Dasar-dasar pemasaran /Philip Kotler, Gary Armstrong ; alih bahasa Alexander Sindoro ; penyunting bahasa Benyamin Molan* OPAC Perpustakaan Nasional RI. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=248715>
- Priskilia, & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Iklan Promosi Penjualan Dan Persepsi

- Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Go-Pay Di Wilayah Jakarta. *Kwik Kian Gie*, 9(1), 13–22.
<https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/607>
- Qris.id. (2020). *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)*. QRIS.
<https://qris.id/homepage/>
- RADJAB, E., & JAM'AN, A. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. In *Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Radoica Luburić. (2018). FINANCIAL LITERACY IN TERMS OF QUALITY OF. *Association For Quality and Standardization Of Serbia, November*.
- Reny Dwijayanti, F. M. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI CASHBACK TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY PADA APLIKASI SHOPEE. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 2337–6078.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41808>
- Rif'ah, S. (2019). FENOMENA CASHLESS SOCIETY DI ERA MILENIAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM. In *Journal of Sharia Economics* (Vol. 2).
<https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/musthofa/article/view/360/290>
- Rully Adhiyani, O., & Indriyanti, A. (2021). Analisa Pengaruh Iklan, Cashback Dan User Friendly Terhadap Impulse Buying Konsumen Dompot Elektronik Ovo Di Surakarta Analysis of the Effect of Advertising, Cashback and User Friendly on the Buying Impulse of Ovo Electronic Wallets in Surakarta. *Analisa Pengaruh Iklan 31 JPSB*, 9(1), 31–45.
<https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi->
- Safura Azizah, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–11.
- Sentanu, W., Sagala, S. A. N., Marjuki, D., & Gunadi, W. (2020). Analysis of the Effects of Benefit and Risk Factors on the use of E-Wallet. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*, 11(8), 721–737. <https://doi.org/10.34218/IJARET.11.8.2020.0>
- Setiyono, T. A. (2021). Indonesian's Acceptance of Non-Cash Transaction Using Qris. *Proceedings of the 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)*, 169(Icobame

2020), 141–144. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.027>

- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.201>
- Syarifudin, M. (2018). Masalah Sebagai Alternatif Istinbath Hukum Dalam Ekonomi Syari'ah. *Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 17(1), 46–61.
- Umiyati, I., Putri, T. E., & Maya, N. (2021). Social Influence, Usability And Security On The Intensity Of DANA e-Wallet Use. *JASS (Journal of Accounting for ...)*, 03, 113–130. <http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/jass/article/view/898>
- UUPK. (1999). UU no 8 tahun 1999 perlindungan konsumen. *UU No 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen*, 1–6. <https://jdih.go.id/search/pusat/detail/832971>
- UURI, N. 19. (2016). The Amendment of 11th Law of 2008 on Information and Electronic Transaction. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 287.
- www.bi.go.id. (2021). *Bank Indonesia*. BankIndonesia.Go.Id. <https://www.bi.go.id/id/default.aspx>
- www.bi.go.id. (2022). *Bank Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/default.aspx>
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf*(Issue April, p. 79). CV BUDI UTAMA.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A