

**PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN DAN KEMANFAATAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN E-MONEY SYARIAH DI KOTA JAMBI DENGAN MINAT
MENGUNAKAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Iis Qoimatul Ummah¹⁾, Bahrul Ma'ani²⁾, Darma Putra³⁾

¹Program Pascasarjana Magister Ekonomi Syariah, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-mail: iisqoimatulummah@gmail.com

²Program Pascasarjana Magister Ekonomi Syariah, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-mail: bahrulmaani2018@gmail.com

³Program Pascasarjana Magister Ekonomi Syariah, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-mail: darmaputrasanti@gmail.com

Abstract

This study aimed to examine a direct and indirect effects of variables on the level of understanding and usefulness of the decision to use sharia e-money in people who own e-money in Jambi City with an interest in using sharia e-money as an intervening variable. The study's sample was comprised of 100 respondents. The primary data used in this study were analyzed by using a validity test, reliability test, classic assumption test (normality, autocorrelation, and heteroscedasticity), F test, T-test, and Path Analysis. Based on the results of the hypothesis test, it is apparent that the direct influence of the variables' level of understanding (X1) and expediency (X2) has a big impact on people's interest in using sharia e-money (X3). Directly, the level of understanding (X1) of the benefits (X2) and interest in using sharia e-money (X3) have a significant influence on the decision to use sharia e-money (Y), as well as the indirect effect of the level of understanding (X1) and the benefits (X2) with an intervening variable of interest in using sharia e-money. Indeed, the study's findings indicate that the level of comprehension and usefulness, which had a significant impact on the decision to use sharia e-money in Jambi City, could be indirectly transmitted by desiring the using sharia e-money.

Keywords: *Understanding Level, Usefulness, Interest, and Decision to Use*

JEL Classification: C10, D24, G20

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang diringi dengan perkembangan sistem informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat, sehingga membawa perubahan yang besar juga terhadap berbagai sektor dalam kehidupan kita. Semakin canggihnya teknologi dapat memudahkan kita dalam melakukan kegiatan sehari-hari, termasuk dalam hal bertransaksi. Penggunaan uang sebagai sarana pembayaran sudah merupakan kegiatan pokok hampir di setiap kegiatan masyarakat (Kamsir, 2013). Pada umumnya, masyarakat lebih

mengenal uang tunai berupa uang logam dan kertas sebagai alat untuk melakukan pembayaran dalam bertransaksi.

Di era *modern* ini menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran tidak menutup kemungkinan adanya kelemahan dalam hal penggunaannya. Penggunaan uang tunai dengan jumlah yang besar akan menyulitkan untuk dibawa serta memiliki resiko yang besar, resiko tersebut dapat berupa tindakan kriminal seperti aksi pencurian dan perampokan. Selain itu, saat melakukan transaksi pembayaran tidak jarang kita

menerima uang kembalian yang tidak sesuai dengan yang seharusnya. Kemajuan teknologi dapat menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran ke bentuk pembayaran non tunai (*e-money*) yang lebih efisien dan ekonomis (Didin Elok Parastiti, Imam Mukhlis, 2015).

Uang elektronik (*e-money*) adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut yaitu diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media atau *server* atau *chip* dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan. *E-money* di Indonesia disahkan tanggal 13 April 2009 dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*e-money*). Menurut Fatwa DSN-MUI NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah, uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang memiliki unsur-unsur dan akad-akad tertentu.

Sistem pembayaran elektronik merupakan salah satu inovasi perkembangan teknologi sebagai solusi untuk permasalahan media pembayaran dan penyimpanan dana (Rahmadi Usman, 2017). Pembayaran elektronik adalah pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Kartu *E-money* dapat digunakan untuk transaksi pembayaran di internet maupun pada *merchant* yang telah bekerja sama dengan bank penerbit kartu *e-money*. Fasilitas-fasilitas umum telah memperkenalkan *e-money* sebagai pembayaran tol, *commuterline*, parkir, super market dan masih banyak lagi (Jember, 2019).

Menurut Morisaan keputusan pembelian merupakan langkah selanjutnya setelah niat atau kemauan untuk melangsungkan pembelian suatu produk. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong keputusan pembelian adalah yaitu proses pada suatu keputusan pembelian pada konsumen yang bersungguh-sungguh untuk membeli barang tersebut.

Menurut Kinner & Taylor, minat adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Peter Naromatama S, 2022).

Menurut Kotler, minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut (Adi Firman Ramadhan, 2016). Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan.

Perilaku minat konsumen adalah hasil dari evaluasi terhadap merek atau jasa. Minat Konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkomunikasikan atau bahkan menginginkan suatu produk. Minat konsumen terhadap produk yang inovatif bisa dianalisis dengan melihat ke sisi internal dan sisi eksternal produk. Sisi internal, di mana itu tergantung pada pengetahuan, kapasitas, sumber daya dan teknologi yang digunakan di perusahaan sementara sisi eksternal adalah kebutuhan konsumen dan harapan pemilik terhadap produk perusahaan. Menurut Khan minat adalah prioritas dan preferensi seseorang. Dengan kata lain, minat adalah apa yang mereka anggap penting dan yang orang pertimbangkan pada lingkungannya (Jember, 2019).

Menurut Commins dan Fagin 1954 minat di bentuk melalui perhatian dan belajar. Jika seseorang memperhatikan sesuatu secara sukarela dan cenderung untuk mengingat, maka apa yang diingatnya merupakan petunjuk dari munculnya minat. Menurut Crow dan Crow 1963 minat bersifat individu dan berkembang sejak kanak-kanak, lebih

lanjut menyatakan minatnya dengan sikap dan menjadi dasar tentang suatu hal. Sikap tidak berubah dengan default, tetapi muncul dan berubah seiring dengan pengalaman yang diperoleh individu dalam perkembangannya, oleh karena itu dapat dikatakan terbentuk melalui proses belajar (*Teori Minat, 2022*). Berdasarkan teori tersebut maka dapat disimpulkan apabila minat berkaitan erat dengan sebuah pengetahuan atau pemahaman tentang suatu produk atau barang.

E-money memberikan berbagai keunggulan diantaranya mengedepankan kecepatan, kemudahan dan efisiensi dibandingkan dengan instrumen pembayaran non tunai lainnya, mulai dari manfaat yang di dapatkan dalam menggunakan layanan *e-money* hingga kemudahan dalam menggunakan *e-money*. Namun *e-money* masih kurang di gemari, hal ini akibat kurangnya pemahaman masyarakat mengenai manfaat dan kemudahan bertransaksi menggunakan *e-money*, sehingga kepercayaan terhadap pembayaran via *e-money* belum sesuai dengan tujuannya yaitu bertransaksi menggunakan *e-money* itu mempermudah dan simpel, bukan mempersulit (S. Priambodo, 2016).

Tingginya uang beredar, maraknya kasus pemalsuan uang, serta besarnya biaya operasional yang dikeluarkan Bank Indonesia tiap tahunnya untuk mencetak, menyimpan, mendistribusikan, dan memusnahkan uang menjadi latar belakang Bank Indonesia selaku Bank Central Indonesia mencanangkan gerakan penggunaan instrumen non tunai (*Less Cash Society/ LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonomi yang diberi nama dengan Gerakan Nasional Non Tunai. Munculnya *E-money* di latar belakang oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *Less Cash Society* di Indonesia.

Melakukan pembayaran dalam bentuk non tunai bukan hanya memberikan kemudahan, tetapi dapat mendukung Gerakan Nasional

Non Tunai (GNNT). GNNT ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai,, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*Less Cash Society*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. Dibandingkan negara-negara ASEAN, penggunaan transaksi pembayaran berbasis elektronik yang dilakukan masyarakat Indonesia relatif masih rendah, sementara dengan kondisi geografis dan jumlah populasi yang cukup besar, masih terdapat potensi yang cukup besar untuk perluasan akses layanan sistem pembayaran di Indonesia. Untuk itu, Bank Indonesia bersama perbankan sebagai pemain utama dalam penyediaan layanan sistem pembayaran kepada masyarakat perlu memiliki visi yang sama dan komitmen yang kuat untuk mendorong penggunaan transaksi non tunai oleh masyarakat dalam mewujudkan LCS.(Bank Indonesia, 2023)

Perkembangan minat masyarakat terhadap *e-money* dapat digambarkan melalui data-data berikut :

Tabel 1.
Jumlah Uang Elektronik yang Beredar di Indonesia

No.	Periode	Nominal (Rp Triliun)
1.	2013	2,9
2.	2014	3,31
3.	2015	5,28
4.	2016	7,06
5.	2017	12,37
6.	2018	47,19
7.	2019	149,16
8.	2020	204,08

Sumber : Bank Indonesia

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah uang elektronik yang beredar ditangan masyarakat dari tahun ke tahun meningkat. Namun dalam penerapannya minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* di Kota Jambi khususnya masih tergolong rendah (Bank Indonesia, 2022).

Mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, itu merupakan prospek dari perbankan syariah untuk memasarkan produknya dengan lebih gencar. Pada tahun 2016, Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pernah menggelar survei untuk mengetahui alasan masyarakat memilih bank syariah. Hasil survei tersebut, mengungkapkan alasan masyarakat memilih bank syariah adalah karena produk yang lebih menguntungkan. Hal tersebut merupakan alasan peneliti tertarik melakukan penelitian yang berhubungan dengan keputusan menggunakan *e-money* syariah. Sampai saat ini, setidaknya ada 4 produk dari perbankan syariah yang mengeluarkan produk Uang Elektronik. Keempat produk tersebut adalah produk E-Money dari Bank Syariah Mandiri yang telah dirilis tahun 2014, Tapcash dari Bank BNI Syariah yang baru dirilis pada bulan Agustus 2016 lalu, Link aja, dan Truemoney.

Dari banyak praktik, uang elektronik sangat efisien dalam penggunaannya. Meskipun demikian masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menggunakan fasilitas ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan masih banyaknya pengguna uang cash untuk membayar barang atau jasa. Padahal sasaran utama dari Bank Indonesia dalam menerbitkan uang elektronik adalah untuk meminimalkan penggunaan uang tunai di kalangan masyarakat dalam transaksi sehari-hari. Konsumen pengguna uang elektronik saat ini umumnya didominasi oleh masyarakat kelas menengah hingga menengah atas maupun masyarakat yang sudah melek teknologi. Sehingga pemerataan penggunaan uang elektronik di Indonesia di rasa masih kurang.

Program *less cash society* yang digalakkan oleh pemerintah sendiri merupakan bagian dari persiapan masyarakat Indonesia dalam menghadapi persaingan global terutama Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang sudah disetujui sejak Januari 2016. Oleh karena itu, meminimalisir penggunaan uang tunai merupakan salah satu cara agar nilai

mata uang tidak jatuh dan tetap stabil (Rifqy Tazkiyyaturrohmah, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara penelitian yang dilakukan kepada 30 masyarakat di Kota Jambi, 20 dari 30 masyarakat masih belum menggunakan *e-money* syariah, hal tersebut dikarenakan ketidakfahaman atau kurangnya pemahaman masyarakat terhadap *e-money* syariah. Dan berdasarkan pengalaman dari 10 orang yang sudah menggunakan *e-money* syariah tersebut ternyata mereka masih jarang menggunakan *e-money* syariah untuk kegiatan bertransaksi, dikarenakan *Merchant* atau badan usaha seperti rumah makan, supermarket dan minimarket yang menerima pembayaran dengan menggunakan *e-money* syariah masih terbatas (wawancara narasumber, 2022).

Baru beberapa Kota saja yang telah sukses melaksanakan sistem pembayaran menggunakan *e-money* syariah seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Di Kota besar lainnya seperti Yogyakarta, Solo, Medan dan termasuk Jambi pun belum sepenuhnya dapat memanfaatkan alternatif pembayaran *e-money*. Penyebab adopsi *e-money* tidak tumbuh dengan baik adalah perusahaan penerbit *e-money* seperti industri-industri telekomunikasi dan perbankan berjalan sendiri-sendiri, padahal apabila disatukan hasilnya akan lebih baik (Anaroga Panji, 2014).

Minat penggunaan *e-money* yang rendah dapat terlihat pada lebih banyaknya antrean pembayaran uang tunai dari pada antrean menggunakan *e-money*. Sehingga upaya meningkatkan kembali minat masyarakat menggunakan *e-money*. *E-money* merupakan salah satu alternatif alat pembayaran yang berbeda dengan kartu kredit ataupun debit. Prinsip orang yang memiliki *e-money* adalah menyimpan sejumlah uang pada media elektronik, namun tingkat pemahaman masyarakat terhadap *e-money* masih belum baik. Pada saat ini masih banyak masyarakat yang belum memahami terkait dengan *e-money* dan banyak yang salah mengartikan.

Bahkan terdapat masyarakat yang mengira bahwa *e-money* merupakan produk pinjaman dan transaksi menggunakan pulsa. (Adi Baskoro, 2013)

Tingkat pemahaman *e-money* syariah yang masih rendah menjadi salah satu penyebab minat menggunakan *e-money* pada masyarakat masih rendah. Sehingga untuk meningkatkan minat masyarakat menggunakan *e-money* perlu meningkatkan pemahaman masyarakat terkait dengan *e-money* syariah. Penggunaan *e-money* memiliki banyak kemanfaatan yang diberikan apabila diterapkan dengan baik, antara lain transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien, pencatatan data keuangan personal secara otomatis, lebih aman, memudahkan akses ke *electronic commerce*, dan mendorong personalisasi yang lebih baik dari layanan perbankan. Dengan banyaknya kemanfaatan yang diberikan dari *e-money* tentu dapat membantu dan menguntungkan masyarakat yang menggunakan *e-money*. Namun terdapat masyarakat yang masih enggan menggunakan *e-money* dan belum mengetahui kemanfaatan yang diberikan oleh *e-money*. Kendala yang dihadapi yaitu seperti masih belum terbukanya masyarakat untuk menggunakan *e-money* dikarenakan masih terbiasa menggunakan uang tunai atau membudayakan uang tunai serta belum mengetahui efisiensi yang diberikan *e-money*.

Maka dari itu perlunya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan uang elektronik atau *e-money*, karena *e-money* mudah digantikan oleh uang tunai. Sehingga sosialisasi terkait berbagai kemanfaatan yang diberikan dari *e-money* penting ditingkatkan oleh pihak penyedia *e-money*. Dalam upaya meningkatkan minat menggunakan *e-money*, maka pihak pemerintah, perbankan dan perusahaan penerbit perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan *e-money*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti merasa tertarik dan memiliki tujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai

pengaruh minat pengguna terhadap penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran. Oleh karena itu, penelitian ini dibuat dengan judul “*Pengaruh Tingkat Pemahaman dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan E-money Syariah pada Masyarakat Pemilik E-money Syariah di Kota Jambi dengan Minat Menggunakan Sebagai Variabel Intervening*”.

2. Metode Penelitian

Dalam pendekatan ini yang digunakan peneliti yaitu pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif ini di dasarkan pada data-data yang diperoleh dari perusahaan baik koesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai sumber pendukung untuk menganalisa data. Metode kuantitatif merupakan metode yang menggunakan analisis yang bersifat kuantitatif, dimana hasil analisis disajikan dalam bentuk angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.

Uji Instrument Penelitian terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji Path analysis. Kemudian dalam pengujian hipotesis dilakukan uji simultan (F), uji parsial (T) dan uji determinasi (R^2).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengaruh Langsung Tingkat Pemahaman Dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Syariah Di Kota Jambi

Setelah dilakukan pengujian hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan bahwa pengaruh langsung variabel tingkat pemahaman (X1) terhadap minat menggunakan *e-money* syariah (X3) dapat dilihat dari arah dan tanda tingkat signifikansi probabilitas. Variabel tingkat pemahaman berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* syariah yang memiliki nilai signifikansi $0,029 < 0,05$ berarti secara langsung tingkat pemahaman berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Secara langsung tingkat pemahaman berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mempengaruhi minat menggunakan *e-money* pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi. Begitu juga sebaliknya jika semakin kecil tingkat pemahaman yang dimiliki maka semakin rendah pula minat menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Era Susanti (2022) yang menyatakan bahwa pemahaman memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menggunakan OVO. Artinya jika konsumen memahami fungsi maupun kondisi sebuah produk yang ditawarkan maka minatnya akan meningkat. Begitu pula menurut Muhammad Sugih (2019) yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Solusi penelitian yang bisa diberikan untuk pihak penerbit *e-money* syariah mengenai tingkat pemahaman *e-money* syariah setelah melakukan uji signifikansi bahwa secara langsung tingkat pemahaman berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* syariah memang saling sejalan, dimana peneliti dapat menyimpulkan untuk menarik minat masyarakat menggunakan *e-money* syariah di Kota Jambi agar dilakukan suatu upaya dalam meningkatkan tingkat pemahaman atau pengetahuan masyarakat dengan adanya promosi tentang produk-produk *e-money* terhadap masyarakat yang masih awam terhadap *e-money* syariah. Promosi dapat dilakukan melalui media cetak atau elektronik seperti koran, majalah, internet, sosial media dan promosi dapat juga dilakukan didalam forum formal dan informal seperti kampus, seminar/talk

show dan lain sebagainya.

Setelah dilakukan pengujian hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan bahwa pengaruh langsung variabel kemanfaatan (X2) terhadap minat menggunakan *e-money* syariah (X3) dapat dilihat dari arah dan tanda tingkat signifikansi probabilitas. Variabel kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* yang memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ berarti secara langsung kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* syariah.

Secara langsung kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kemanfaatan mempengaruhi minat menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi. Begitu juga sebaliknya semakin kecil kemanfaatan maka semakin rendah pula minat menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Era Susanti (2022) manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan OVO, artinya jika sebuah produk memiliki manfaat yang dibutuhkan konsumen maka akan timbul tingkat minat yang tinggi untuk menggunakan produk tersebut. Selanjutnya menurut penelitian Adiyanti (2015) yang menyatakan bahwa manfaat produk akan meningkatkan minat penggunaan bertransaksi menggunakan *e-money*. Semakin bermanfaat penggunaannya maka semakin banyak pengguna semakin berminat dan tertarik.

Solusi peneliti yang bisa diberikan untuk penerbit *e-money* syariah mengenai kemanfaatan setelah melakukan uji signifikansi bahwa secara langsung kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*

syariah memang saling sejalan, dimana peneliti dapat menyimpulkan untuk menarik minat menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat Kota Jambi agar dilakukan suatu upaya agar dalam penggunaan *e-money* syariah makin dirasakan manfaatnya maka penerbit hendaknya memperluas jaringan jaringan yang memungkinkan *e-money* syariah dapat digunakan dimana saja, tidak hanya dikota-kota besar tapi didaerah kecil sekalipun dan meminimalisir eror sistem sehingga terciptanya rasa aman dalam penggunaan *e-money* dimasyarakat.

3.2 Pengaruh Langsung Tingkat Pemahaman, Kemanfaatan dan Minat Terhadap Keputusan Menggunakan *E-Money* Syariah Di Kota Jambi

Hasil pengujian dari model regresi dapat dijelaskan bahwa pengaruh langsung variabel tingkat pemahaman (X1) terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah (Y) dapat dilihat dari arah dan tanda tingkat signifikansi probabilitas. Variabel tingkat pemahaman berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah yang memiliki nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ berarti secara langsung tingkat pemahaman berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah.

Secara langsung tingkat pemahaman berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi. Semakin besar tingkat pemahaman yang diberikan, maka semakin kuat juga keputusan masyarakat untuk menggunakan *e-money* syariah. Begitu pula sebaliknya jika semakin kecil tingkat pemahaman yang diberikan, maka semakin lemah juga keputusan masyarakat di Kota Jambi untuk menggunakan *e-money* syariah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Angrum Pratiwi (2019) yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk memilih atau membeli sebuah produk. Selain itu penelitian Lisa Murni Yanti (2020) menyatakan bahwa variabel pemahaman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat di Kabupaten Nagan Raya dalam memilih Produk Bank Aceh Syariah.

Hasil pengujian dari model regresi dapat dijelaskan bahwa pengaruh langsung variabel kemanfaatan (X2) terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah (Y) dapat dilihat dari arah dan tanda tingkat signifikansi probabilitas. Variabel kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah yang memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ berarti secara langsung kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah.

Secara langsung kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi. Semakin besar kemanfaatan yang diberikan, maka semakin kuat juga keputusan masyarakat untuk menggunakan *e-money* syariah. Begitu pula sebaliknya jika semakin kecil kemanfaatan yang diberikan, maka semakin lemah juga keputusan masyarakat di Kota Jambi untuk menggunakan *e-money* syariah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Hutami, Endang dan Bida (2021) yang menyatakan bahwa manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money*.

Hasil pengujian dari model regresi dapat dijelaskan bahwa pengaruh langsung variabel minat terhadap keputusan menggunakan *e-money* dapat dilihat dari arah dan tanda tingkat signifikansi probabilitas. Variabel minat menggunakan *e-money* syariah berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah

yang memiliki nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ berarti secara langsung minat menggunakan *e-money* syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah.

Secara langsung minat menggunakan *e-money* syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi. Semakin besar minat menggunakan *e-money* syariah diberikan, maka semakin kuat juga keputusan menggunakan *e-money* syariah. Begitu pula sebaliknya jika semakin kecil minat menggunakan *e-money* syariah yang diberikan, maka semakin lemah juga keputusan menggunakan *e-money* syariah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Saidah Putri Sari (2020) yang menunjukkan bahwa minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Artinya semakin tinggi minat beli maka semakin tinggi pula keputusan beli konsumen. Begitu pula sebaliknya semakin rendah minat maka semakin rendah pula keputusan pembelian.

3.3 Pengaruh Tidak Langsung Tingkat Pemahaman dan Kemanfaatan Melalui Minat Menggunakan E-money Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Syariah Di Kota Jambi

Hasil pengujian model regresi path yang menganalisis tentang pengaruh tidak langsung tingkat pemahaman melalui minat menggunakan *e-money* syariah terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi dapat dilihat dari hasil dengan menggunakan Sobel Test Calculator diperoleh nilai p-value sebesar 0,05, yang artinya tingkat pemahaman melalui variabel intervening minat menggunakan *e-money* syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Erma Yuliani, Theresia Pradiani dan Agus Rahman (2021) yang menyatakan bahwa minat mampu memediasi tingkat pemahaman terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah.

Hasil penelitian selanjutnya yang mendukung adalah penelitian dari Nismawati (2018), yang menyatakan bahwa minat mampu berperan sebagai variabel intervening pada tingkat pemahaman berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan.

Hasil pengujian model regresi path yang menganalisis tentang pengaruh tidak langsung kemanfaatan melalui minat menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi dapat dilihat dari hasil dengan menggunakan Sobel Test Calculator diperoleh nilai p-value sebesar 0,05, yang artinya kemanfaatan melalui variabel intervening minat menggunakan *e-money* syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Isabela, Anggraeni dan Firman (2022) yang menyatakan bahwa kemanfaatan berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan menggunakan *e-money*. Selain itu Menurut penelitian Septi Handayani (2012) yang menyatakan bahwa minat mampu memediasi tingkat pemahaman terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah.

3.4 Pengaruh Tingkat Pemahaman, Kemanfaatan dan Minat Menggunakan E-Money Syariah Secara Simultan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Syariah

Hasil pengujian model regresi yang menganalisis tentang pengaruh simultan tingkat pemahaman (X1), kemanfaatan (X2) terhadap Minat menggunakan *e-money* syariah (X3) pada

masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi menunjukkan bahwa nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $12.231 > 2,69$. Dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya bahwa secara simultan tingkat pemahaman dan kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi.

Hasil pengujian model regresi yang menganalisis tentang pengaruh simultan tingkat pemahaman (X1) dan kemanfaatan (X2) terhadap keputusan menggunakan *e-money* (Y) pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi menunjukkan bahwa nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $14.262 > 2,69$. Dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya bahwa secara simultan tingkat pemahaman dan kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi.

Hasil pengujian model regresi yang menganalisis tentang pengaruh simultan tingkat pemahaman (X1), kemanfaatan (X2) dan Minat menggunakan *e-money* syariah terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah (Y) pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi menunjukkan bahwa nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $23.450 > 2,69$. Dan nilai sig sebesar $0,001 < 0,05$, yang artinya bahwa secara simultan tingkat pemahaman, kemanfaatan dan minat menggunakan *e-money* syariah berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah pada masyarakat pemilik *e-money* syariah di Kota Jambi.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Era Susanti (2022) yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman, manfaat dan minat berpengaruh simultan terhadap keputusan menggunakan *e-money* OVO.

4. KESIMPULAN

Secara langsung tingkat pemahaman (X1) kemanfaatan (X2) dan minat menggunakan *e-money* syariah (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah (Y), begitu juga pengaruh tidak langsung tingkat pemahaman (X1) dan kemanfaatan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah dengan minat menggunakan *e-money* syariah sebagai variabel intervening. Adapun kesimpulan penelitian ini adalah jika secara tidak langsung minat menggunakan *e-money* mampu memediasi tingkat pemahaman dan kemanfaatan berpengaruh kuat terhadap keputusan menggunakan *e-money* syariah di Kota Jambi.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Allah Swt. Tuhan yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat terus turunkan kepada nabi Muhammad SAW. Karena kemurahan-Nya sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik. Ucapan terimakasih dan penghargaan kami berikan kepada editor, reviewer, yang telah menelaah dan mereview serta mempublikasikan pada Jurnal Ilmu Ekonomi Islam (JIEI) semoga semakin maju dan mencetak generasi-generasi emas berikutnya. Tak lupa pula terkhusus narasumber penelitian yang telah memberikan waktu luangnya kut berpartisipasi dalam penyelesaian penelitian ini. Kepada keluarga ayah dan ibu serta Nurlaila dan suami semoga selalu diberkahi Allah Swt.

REFERENSI

- Adi Baskoro. (2013). Panduan Praktisi Searching Di Internet. PT Trans Media.
- Adi Firman Ramadhan, dkk. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money," Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis. Ejournal.Unisnu.Ac.Id, 13(2), 135.

- Anaroga Panji. (2014). Psikologi Kerja. PT Rineka Cipta.
- Bank Indonesia. (2022). Data Pengguna E-money. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-jumlah.aspx>
- Bank Indonesia. (2023). No Title. <http://www.bi.go.id>
- Didin Elok Parastiti, Imam Mukhlis, dan A. H. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Ekonomi Studi Pembangunan*, 7(1), 75. <http://journal.um.ac.id/index.php/jesp/article/view/5319>
- Ni Made Dwi Aksami dan I Madge Jember, "Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar," *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* 8, No. 9 (Oktober 2019) ojs.unud.ac.id/gf
- Kamsir. (2013). Analisis Laporan Keuangan Edisi Satu Cetakan Ketujuh. Raja Grafindo Persada.
- Peter Naromatama S, D. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk Dan Harga. *JIMT*, 3(3), 306. <https://dinastirev.org/JIMT>
- Peraturan Bank Indonesia Tentang Penyelenggaraan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu, https://www.bi.go.id/licensing/helps/PBI_111209-Emoney.pdf
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik
- Rahmadi Usman. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Pembayaran. *Yuridika*, 31(1), 135. <https://ejournal.unair.ac.id/index.php/ydk/article/view/4431>
- Rifqy Tazkiyyaturrohmah. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan *Modern.MuslimHeritage*,3(1).<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/muslimheritage/article/view/1240>
- S. Priambodo, dan B. P. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294/10951>
- "Teori minat," diakses pada tanggal 18 februari 2022, <https://cosynook.wordpress.com>
- Wawancara dengan beberapa masyarakat di Kota Jambi Kec. Telanaipura, tanggal 13 Maret 2022