

**PENGARUH KEMUDAHAN BERTRANSAKSI CASHLESS MENGGUNAKAN
DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MASYARAKAT MUSLIM DI JAWA TIMUR**

Rizky Dwi Salsabilla Machmudi¹⁾, Khusnul Fikriyah²⁾

^{1,2}Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

Email: rizky.19029@mhs.unesa.ac.id, khusnulfikriyah@unesa.ac.id

Abstract: *This study aims to determine the effect of perceived convenience on the consumptive behavior of Muslim communities, especially Muslim communities in East Java. The research method used in this research is quantitative research with a descriptive approach. The sample in this study was 140 respondents who were digital payment users in the form of Muslim communities in East Java using the hair formula. Data collection was carried out using a questionnaire distributed via google form with a purposive sampling method using a Likert scale. Data processing using the help of IBM SPSS software version 2.6. The results of the study show that perceived convenience has an influence on the consumptive behavior of Muslim communities in using digital payments.*

Keywords: *Perceived convenience, digital payment, behavior consumptive muslim society*

1. PENDAHULUAN

Teknologi modern saat ini berkembang dengan cepat, yang berdampak pada bagaimana sistem pembayaran untuk transaksi bisnis dikembangkan, terutama dalam hal menjaga hubungan bisnis yang positif dengan mitra kerja sama. Sistem pembayaran adalah kombinasi dari peraturan, organisasi, dan proses yang digunakan untuk melakukan pengiriman uang untuk memenuhi kewajiban keuangan yang dihasilkan dari aktivitas ekonomi. Transmisi kebijakan moneter, pemeliharaan stabilitas keuangan dan perbankan, dan bantuan dalam meningkatkan efisiensi ekonomi suatu negara adalah tanggung jawab sistem pembayaran dalam perekonomian. Sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana untuk memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Peran sistem pembayaran dalam suatu perekonomian adalah untuk menjaga stabilitas keuangan dan perbankan, sebagai transmisi kebijakan moneter, dan juga sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi perekonomian dari suatu negara.

Pembayaran yang dilakukan secara online atau melalui teknologi digital disebut sebagai pembayaran digital. *Digital payment* merupakan pembayaran elektronik yang dilakukan melalui metode pembayaran digital. Saat ini kegunaan *digital payment* sangat bermacam-macam, contohnya seperti kegunaannya dalam pembayaran tagihan, misalnya untuk membayar angsuran kredit, biaya pendidikan, tagihan listrik, air dan gas, dan lain sebagainya.

Tabel 1.
Transaksi Uang Elektronik Periode Tahun 2013-2021

Tahun	Volume	Nominal
Tahun 2013	137,900,779	1,971,550
Tahun 2014	203,369,990	3,319,556
Tahun 2015	535,579,528	5,283,017

Tahun 2016	683,133,352	7,063,688
Tahun 2017	943,319,933	12,375,468
Tahun 2018	2,922,698,905	47,198,616
Tahun 2019	5,226,699,919	145,165,467
Tahun 2020	4,625,703,561	204,909,170
Tahun 2021	5,450,400,276	260,681,720

Sumber: Statistik Sistem Pembayaran Bank Indonesia, tahun 2021

Berdasarkan informasi pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa transaksi uang elektronik mengalami peningkatan yang cukup signifikan menurut informasi statistik sistem pembayaran Bank Indonesia. Terbukti pada tahun 2021, meski terjadi pdaemi Covid-19 saat itu, terjadi peningkatan jumlah transaksi uang elektronik yang cukup besar, mencapai Rp5,4 triliun dengan nilai nominal Rp260,68 juta.

Karena kemudahan penggunaan dompet digital ini untuk bertransaksi, seseorang akan lebih mudah membelanjakan uangnya, sehingga mengarah ke gaya hidup yang lebih produktif. Penggunaan uang elektronik memiliki sejumlah manfaat dan kemudahan, namun juga memiliki kekurangan, seperti pemborosan dan konsumsi. Perilaku konsumtif mengacu pada perilaku konsumen yang tidak logis di mana konsumen mengkonsumsi produk dan layanan secara berlebihan yang memuaskan kebutuhan mereka. Karena mereka dapat membayar dengan sangat mudah dan cepat, pengguna sering menggunakan aplikasi e-money (Ramadhan et al., 2016). Uang elektronik hadir dan mempengaruhi perilaku konsumen karena nyaman dan menawarkan insentif yang menggurikan. Selain itu, jika konsumen tidak selalu memantau pengeluarannya untuk uang elektronik, promosi dan diskon yang diberikan oleh uang elektronik akan ramah konsumen.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Penyusunan desain penelitian merupakan langkah awal dalam teknik penelitian kuantitatif, yang memiliki spesifikasi yang sistematis, terencana, dan terdefinisi dengan tepat. Menurut pandangan (Sugiyono, 2013) Bagaimana suatu deskripsi atau gambaran umum dilakukan sampel atau data yang dikumpulkan sebagai objek penyelidikan Ada tanpa melakukan analisis dan menarik kesimpulan yang diterima secara umum.

2.2. Jenis dan Sumber Data

Data dalam jenis penelitian ini bersifat kuantitatif, maka data yang digunakan adalah berupa angka atau numerik. Informasi kuantitatif diperlukan dalam hal ini, antara lain jumlah penduduk Muslim di Jawa Timur dan jumlah tanggapan kuesioner yang telah disebar. Individu yang memperoleh data adalah sumber data yang bersangkutan. Responden, atau orang yang menjawab dan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, memberikan data ketika peneliti menggunakan kuesioner dan wawancara untuk mengumpulkan data, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Dalam proses pengumpulan data yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis primer.

2.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Semua masyarakat Muslim Jawa Timur menjadi sampel penelitian. Dengan jumlah penduduk Muslim sebanyak 39,85 juta (97,21%), angka jumlah masyarakat Muslim di Jawa Timur diambil data dari Direktorat Jenderal Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri yang terbit pada bulan Juni 2021.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2016), sampel merupakan sebuah komponen yang berasal dari jumlah dan karakteristik yang berasal dari adanya sebuah populasi. Sampel adalah bagian dari totalitas subjek penelitian yang penetapannya dengan teknik-teknik tertentu. Ada 39,85 juta umat Islam di Jawa Timur, maka pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini harus representatif agar hasil dari penelitian dapat dihitung menggunakan rumus dan perhitungan yang konkrit. menggunakan metodologi sampel yang dikenal sebagai purposive sampling, yang didasarkan pada beberapa kriteria atau pertimbangan. Kriteria berikut digunakan untuk memilih responden untuk penelitian ini:

- 1) Masyarakat Muslim di Jawa Timur
- 2) Pengguna pernah menggunakan *digital payment* minimal 1 kali

2.4. Teknik Analisis Data

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran seberapa akurat tes melakukan fungsi pengukurannya. Sebuah uji dapat melakukan fungsinya secara akurat hanya jika ia mengukur "sesuatu". Oleh karena itu, agar efektif, sebuah tes harus mengukur sesuatu dengan berhati-hati. Menurut hasil dari uji validitas ini, pertanyaan survei dapat digunakan untuk mengukur keadaan aktual responden, termasuk apakah mereka menggunakan pembayaran digital atau tidak. Saat memutuskan apakah akan menggunakan variabel, uji signifikansi koefisien korelasi biasanya dilakukan pada tingkat 0,05. Artinya, suatu variabel dianggap valid jika berkorelasi signifikan dengan skor total item.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah uji untuk memeriksa apabila gejala yang muncul sama saat diukur dua kali atau lebih dengan alat ukur yang sama, maka dilakukan uji reliabilitas untuk melihat seberapa reliabel hasil dari pengukuran tersebut. Dengan demikian, data yang akurat merupakan alat ukur yang dapat diterapkan kembali oleh banyak peneliti dan menghasilkan hasil yang konsisten. Tes keyakinan dapat diterapkan untuk semua pertanyaan secara kolektif. Jika nilai $\alpha > 0,60$, maka akan diartikan sebagai riabel. Jika variabel pembayaran digital memiliki nilai $< 0,60$, maka variabel x dinyatakan dapat dipercaya, dan jika perilaku konsumen bernilai $> 0,60$, maka variabel y dinyatakan riabel.

b. Uji Regresi

Uji Regresi Linear Sederhana

Ada hubungan linier antara satu variabel independen (X) dan variabel dependen dalam uji regresi linier sederhana (Y). Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen jika nilai variabel independen meningkat atau menurun serta untuk menentukan arah dan kekuatan hubungan antara variabel independen dan dependen. Data yang digunakan dalam regresi sederhana memiliki skala interval atau rasio.

Berikut adalah rumus regresi linier sederhana: $Y = a + bX + e$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (variabel terikat)
- X = Variabel independent (variabel bebas)
- a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)
- b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

c. Uji Hipotesis

1) Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji T)

Uji T merupakan salah satu uji hipotesis terpenting dalam analisis garis regresi linear sederhana dan bergdana. Tujuan uji T adalah untuk menentukan apakah suatu variabel berpengaruh secara parsial atau tidak dengan variabel lain yang terikat (Y).

2) Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Seberapa besar nilai yang menunjukkan pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) ialah terlihat melalui nilai R square. Menurut Hair et al., nilai R-square sebesar 0,75 termasuk dalam kategori kuat, 0,50 termasuk dalam kategori lemah, dan 0,25 termasuk dalam kategori lemah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Data responden pada penelitian ini diperoleh dari kuesioner penelitian yang telah disebar secara *online* melalui *google form* dengan memperoleh jumlah responden sebanyak 140 orang. Data yang telah didapatkan juga telah diverifikasi sebelumnya dengan memilah data-data yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian yang dibutuhkan. Responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu merupakan masyarakat Muslim yang tinggal atau berdomisili di Jawa Timur dengan ketentuan pernah menggunakan *digital payment* setidaknya minimal 1 kali.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Nilai Signifikansi	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X)	0,799	0,1396	0,000	Valid
	0,799	0,1396	0,000	Valid
	0,843	0,1396	0,000	Valid
	0,849	0,1396	0,000	Valid
	0,820	0,1396	0,000	Valid
	0,800	0,1396	0,000	Valid
Variabel	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Nilai Signifikansi	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	0,758	0,1396	0,000	Valid
	0,758	0,1396	0,000	Valid
	0,758	0,1396	0,000	Valid
	0,597	0,1396	0,000	Valid
	0,759	0,1396	0,000	Valid
	0,830	0,1396	0,000	Valid
	0,830	0,1396	0,000	Valid
	0,634	0,1396	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah penulis, *output SPSS (2022)*

Untuk mengukur validitas dapat digunakan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dimana:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pernyataan dikatakan valid
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan dikatakan tidak valid

Besar *df (degree of freedom)* sama dengan (N-2) Dengan tingkat signifikansi 0,05, jumlah sampel dalam contoh ini adalah $140 - 2 = 138$. Nilai r_{tabel} adalah 0,1396. Dari tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel X. Terlihat bahwa semua 6 dan 8 item pernyataan dalam kuesioner memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yang menunjukkan bahwa 100 % semua item pernyataan dalam kuesioner tersebut valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of items
Persepsi Kemudahan (X) dan Perilaku Konsumtif (Y)	0,897	14

Sumber: Data primer diolah penulis, *output SPSS (2022)*

Berdasarkan tabel diatas, uji reliabilitas disetiap item pernyataan terhadap sebuah variabel diperoleh nilai *Cronbach Alpha* (r_{hitung}) $0,897 > r_{tabel}$ 0,60, maka instrumen pernyataan dinyatakan *reliabel* atau konsisten (handal). Jadi, kesimpulannya uji instrumen data pada

semua variabel sudah valid dan *reliabel* untuk seluruh butir instrumennya, maka dapat digunakan untuk pengukuran data dalam rangka pengumpulan data.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1089,220	1	108,220	40,610	0,000 ^b
	Residual	3701,352	138	26,821		
	Total	4790,571	139			

Sumber: Data primer diolah penulis, *output* SPSS (2022)

Tabel di atas menjelaskan apakah variabel X berpengaruh nyata (signifikan) terhadap variabel Y. Dari hasil tabel di atas terlihat nilai F hitung = 40,610 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dinyatakan variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. $Y = a + bX$

$$Y = 3,784 + 0,944X$$

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized B	Std. Error	Standardized Coef Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3,784	4,026		0,940	0,349
Persepsi Kemudahan	0,944	0,148	0,477	6,373	0,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data primer diolah penulis, *output* SPSS (2022)

Dasar pengambilan keputusan Uji T:

1) Berdasarkan nilai signifikansi

Berdasarkan *output* SPSS pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai sig. variabel persepsi kemudahan (X) adalah sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya, persepsi kemudahan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) masyarakat Muslim di Jawa Timur.

2) Berdasarkan nilai T hitung dengan T tabel

Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a disetujui karena t hitung $6,373 > t$ tabel $1,97730$. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi (Y) di kalangan masyarakat Muslim di Jawa Timur.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,477 ^a	0,227	0,222	5,179

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan

Sumber: Data primer diolah penulis, *output* SPSS (2022)

Berdasarkan hasil dari *output* SPSS di atas, diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,227 atau 22,7% yang artinya variabel persepsi kemudahan (X) memberikan kontribusi terhadap variabel perilaku konsumtif. Sedangkan sisanya sebesar 77,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

3.2. Pembahasan

Hasil pengujian membuktikan hipotesis penelitian yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif atau signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim pada pengguna digital payment. Hal ini berarti semakin tinggi kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat Muslim di Jawa Timur dalam menggunakan digital payment, maka akan semakin besar perilaku konsumtif dalam menggunakan layanan yang tersedia pada digital payment. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh (Insana dan Johan 2020) dan (Mujahidin dan Astuti 2020).

Berdasarkan pada hasil dari kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti mengenai adanya persepsi kemudahan yang terdapat dalam penggunaan digital payment dikarenakan adanya fitur dari digital payment yang mudah untuk dipelajari oleh anak atau masyarakat Muslim mulai dari umur kurang dari 17 tahun sampai usia lebih dari 45 tahun, khususnya bagi masyarakat yang ingin bertransaksi transfer bank atau yang lainnya. Dikarenakan fitur yang terdapat didalam digital payment sudah menjawab keinginan pengguna dengan memiliki berbagai jenis fitur yang ditawarkan.

Selain itu digital payment juga menawarkan kemudahan lain yang dapat dilakukan oleh penggunanya, masyarakat bisa memanfaatkan fitur digital payment contohnya ialah seperti fitur top up saldo, pembayaran, riwayat transaksi, dan lain sebagainya. Kemudahan yang selanjutnya ialah adanya informasi mengenai penggunaan dari fitur yang terdapat didalam digital payment, dalam hal ini terutama untuk masyarakat atau pengguna baru akan merasa terbantu dengan adanya kejelasan pada fitur yang dapat dipahami oleh seluruh golongan usia mulai dari anak-anak muda atau orang tua, sehingga dapat memberikan pemahaman masyarakat Muslim terutama mengenai transaksi apa saja yang akan atau ingin dilakukan.

Sehingga dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan yang terdapat dalam fitur-fitur digital payment dapat mempengaruhi minat dan perilaku masyarakat Muslim dalam menggunakan digital payment sebagai alat untuk bertransaksi dengan mudah, namun dengan adanya kemudahan dari penggunaan digital payment tersebut diharapkan untuk selalu memperhatikan batasan-batasan dalam menggunakan segala hal agar tidak menimbulkan dampak negatif atau kemudharatan dalam kehidupan seseorang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan melalui SPSS, maka peneliti menyimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki hubungan (berkorelasi). Selain berkorelasi, variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim di Jawa Timur. Selain itu Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim pada pengguna digital payment. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya kemudahan dalam bertransaksi menggunakan fitur-fitur yang ditawarkan oleh digital payment itu sendiri.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat, tauhid, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan artikel dengan judul “Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Cashless Menggunakan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim di Jawa Timur” hingga selesai. Shalawat serta salam senaniasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis juga ingin berterimakasih kepada: Ibu Khusnul Fikriyah, S.E., M.SEI. selaku dosen pembimbing, atas bimbingan dan dukungannya. Orang tua karena berkat semangat dan dukungan beliau, penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Teman-teman yang selalu mendukung saya. Penulis juga berterimakasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu dan menjadi sumber informasi selama pengerjaan artikel ini sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Penulis

menyadari bahwa artikel ini belum sempurna, karena penulis juga masih dalam proses pembelajaran. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bermanfaat. Mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan artikel ini dan harap maklum. Semoga isi dari artikel ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *Applied Business dan Economics*, 7(2), 209–224.
- Pahlevi, R. (2022). Survei Daily Ovo Jadi Dompot Digital Paling Banyak Dipakai Masyarakat. Retrieved September 18, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat>
- Pram. (2016, March 17). Layanan E-payment Bakal Marak di Indonesia. *Berita Bethel*.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irvana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money. *Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 1–10.
- Sears, Freedman, D. ., & Peplau, J. (1991). *Psikologi Sosial: Jilid II*. (M. Ardyanto, Ed.) (5th ed.). Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.