

Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) sebagai Alat Transaksi di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

Lili Rahma Yanti^{*}), Nurida Isnaeni, Rafiqi
Universitas Jambi

Article Info

Article history:

Received Dec 14th, 2022
Revised Jan 7th, 2023
Accepted Jan 31th, 2023

Keyword:

Kemudahan
Kepuasan
Kepercayaan
Dompot Digital

ABSTRACT

Penelitian ini tentang karakteristik dan faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan dompet digital yang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif dengan populasi adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi S1 angkatan 2018-2021. Pengambilan sampel menggunakan teknik *stratified random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang responden. Pengolahan data menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan, kepuasan dan kepercayaan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital.



© 2022 The Authors. Published by UNJA.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Lili Rahma Yanti
Universitas Jambi
Email: lilirahmayanti29@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi perilaku sosial masyarakat, adanya kemajuan teknologi ditandai dengan munculnya revolusi 1.0 hingga 4.0 yang merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi pola kehidupan. Revolusi 4.0 menghasilkan suatu anggapan bahwa revolusi industri bukan saja mendisrupsi pada bidang teknologi saja, tetapi telah merambah pada bidang sosial, ekonomi serta hukum, dan untuk menangani disrupsi akibat dari revolusi industri, maka diperlukan adanya kajian humaniora yang akan memantau kemajuan teknologi agar tetap berada pada norma-norma kemanusiaan yang berlaku (Mumtaha & Khoiri, 2019). Salah satu bentuk perkembangan dalam teknologi dan ekonomi yaitu dengan hadirnya *Financial Technology* atau lebih dikenal dengan istilah *fintech* yang menjadi inovasi terbaru masa kini.

Pertumbuhan *fintech* berdasarkan data yang terdaftar di OJK per 3 Januari 2022, terdapat 8 perusahaan *fintech* syariah sudah mendapat izin resmi untuk beroperasi dari OJK (OJK, 2022). Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, prospek industri *fintech* syariah di Indonesia tampak sangat baik. Secara keseluruhan, *fintech* di Indonesia memiliki potensi besar karena dapat memberikan solusi untuk kebutuhan mendesak yang tidak mampu disediakan oleh lembaga keuangan tradisional. Selain itu, ledakan dalam penetrasi seluler (70%) penduduk menggunakan ponsel untuk mengakses web di negara ini telah mencapai lahan subur bagi peningkatan pesat industri *fintech* (Nafiah & Faih, 2019).

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perusahaan *fintech* di Indonesia terbagi kepada beberapa sektor, yaitu: *financial planning*, *lending*, *crowdfunding*, *aggregator*, *payment*, dan *fintech* lainnya. Menurut Hadad dalam jurnal (Nafiah & Faih, 2019) menerangkan bahwa perusahaan *fintech* di Indonesia didominasi oleh sektor pembayaran (*payment*) sebesar 42,22%, sektor pinjaman (*lending*) 17,78%, sektor agregator sebesar 12,59%, sektor perencanaan keuangan (*financial planning*) sebesar 8,15%, sektor *crowdfunding* sebesar 8,15%, dan sektor *fintech* lainnya sebesar 11,11%.

Salah satu sektor pembayaran (*payment*) pada *fintech* yang sedang mengalami peningkatan penggunaannya adalah dompet digital (*e-wallet*). Dompet digital merupakan produk pembayaran dalam *fintech* yang jumlah pengguna tiap tahunnya terus meroket. Dompet digital merupakan aplikasi dompet secara elektronik yang memungkinkan pengguna dapat melakukan transaksi dan menyimpan uang secara online melalui teknologi. Di Indonesia, dompet digital sudah menjadi metode pembayaran yang lebih populer dibandingkan kartu kredit atau debit.

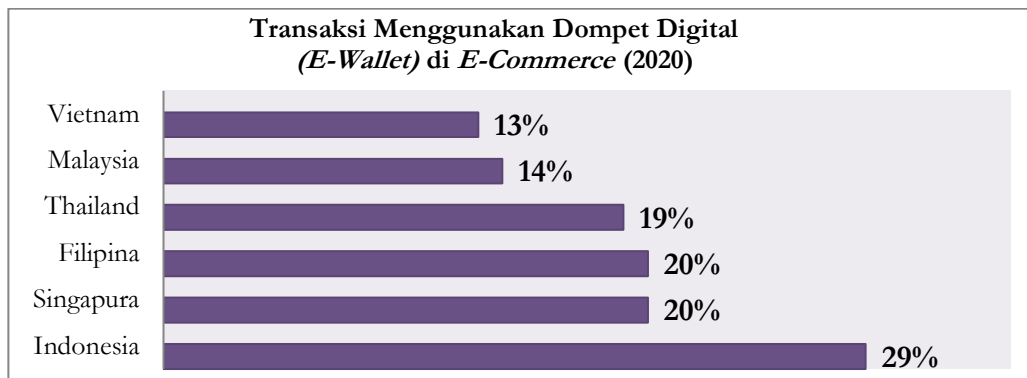


Figure 1. Tingkat Penggunaan dompet Digital di E-Commerce Pada Negara ASEAN

Indonesia merupakan Negara tertinggi yang menggunakan dompet digital di e-commerce dengan perbandingan antara Negara ASEAN. Berdasarkan data yang di publikasikan oleh (databoks, 2022) Indonesia menempati angka 29% dimana persentase tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan Negara Singapura (20%), Filipina (20%), Thailand (19%), Malaysia (14%) dan Vietnam (13%).

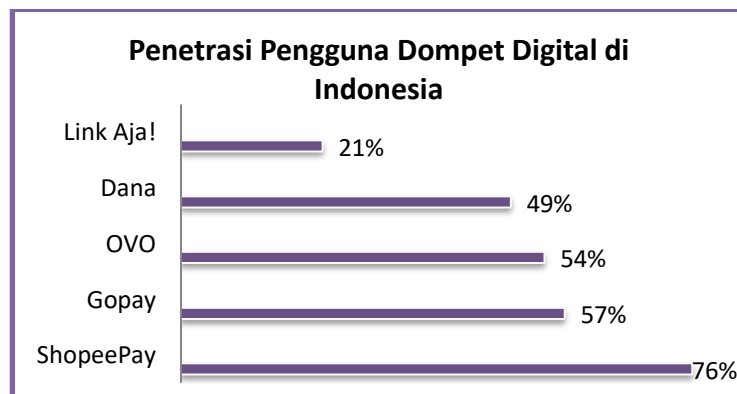


Figure 2. Penetrasi Penggunaan Dompet Digital di Indonesia

Berdasarkan laporan Momentum Works, ShopeePay merupakan dompet digital yang paling banyak digunakan pada tahun 2021. Hal ini terlihat dari jumlah penetrasi pengguna ShopeePay mencapai 76%.

Faktor penyebab niat dalam menggunakan dompet digital (*e-wallet*) merupakan kemudahan dalam memakainya. Penggunaan dompet digital yang mudah, membuat pengguna menjadi terbiasa dengan teknologi yang modern dan akan membatasi penggunaan uang tunai (Tazkiyyaturrohman, 2018). Dengan kemudahan yang dirasakan, pengguna akan menjadi lebih nyaman dan puas ketika bertransaksi.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen atas pengalaman yang didapat dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harapan keinginan dan kebutuhan dapat terpenuhi (Foster, 2020). Sehingga timbulnya kepuasan oleh pengguna dompet digital yang dapat mengindikasikan rasa percaya terhadap dompet digital. Hal ini didukung dengan penelitian (Pratama, 2018) dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan.

Menurut (Almalis, 2017) Kepercayaan adalah sesuatu yang diyakini dan memiliki korelasi antara dua pihak yang dituntut untuk memahami dan aman atas asumsi dan hal-hal yang diyakini penting, yang mendorong terjadinya transaksi.

Dari adanya kemudahan yang dirasakan dalam melakukan transaksi, sehingga menimbulkan kepuasan dari pengguna. Oleh karena itu pengguna menjadi lebih percaya terhadap dompet digital dan memutuskan untuk menggunakan dompet digital kembali.

Perkembangan dompet digital yang cukup pesat, nyatanya telah memikat banyak hati penggunanya terutama pada kalangan Mahasiswa. Berdasarkan publikasi Jakpat, pada tahun 2020 terdapat 9 dari 10 pengguna internet di Indonesia memiliki akun dompet digital dan merupakan pengguna yang aktif. Sebagian besar pengguna (37%) merupakan remaja yang berusia kurang dari 25 tahun. Sedangkan yang bukan pengguna didominasi oleh usia 35 tahun ke atas (JAKPAT, 2021).

Kemudian pada tahun 2021, penelitian dengan menggunakan responden pengguna dompet digital sebanyak 93% di daerah JABODETABEK, Jawa, dan luar Jawa menyatakan bahwa pengguna dompet digital didominasi oleh usia muda 15-24 tahun (38%), Milenial berusia 25-34 tahun (32%), dan 35 tahun ke atas (23%) (JAKPAT, 2021).

Dari dua data di atas menunjukkan bahwa, penggunaan mengalami peningkatan penggunanya, dimana pengguna yang aktif yaitu pada rentang usia 15 hingga 24 tahun. Pada usia 15-24 tahun merupakan usia rata-rata memasuki fase SMA hingga perkuliahan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan populasi Mahasiswa sebagai populasi penelitian.

Berdasarkan latar belakang di atas, dalam artikel ini penulis akan membahas mengenai Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) sebagai Alat Transaksi di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana karakteristik Mahasiswa terhadap keputusan penggunaan dompet digital sebagai alat pembayaran, kemudian Apakah faktor kemudahan, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan dalam penggunaan dompet digital (*e-wallet*).

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan jenis dan sumber data berupa primer dan sekunder. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan studi pustaka dan koesioner. Penelitian ini menggunakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi S1 angkatan 2018-2021 sebagai populasi.

Dalam penelitian ini, kriteria mahasiswa yang dibutuhkan adalah mahasiswa yang mempunyai dan menggunakan dompet digital (*e-wallet*) sebagai media pembayarannya.

Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah rumus Taro Yamane:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

N = Besar populasi/ jumlah populasi

n = Jumlah sampel

d = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Oleh karena itu, hasil yang diperoleh:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{2.874}{2.874 \cdot 0.1^2 + 1} = 97$$

Dengan menggunakan stratified random sampling pada masing-masing angkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jenjang S1 tahun 2018-2021, maka diperoleh:

$$n_i = \frac{x_1}{N} \times n$$

Keterangan:

n_i = Jumlah sampel

x_1 = Jumlah populasi

N = Jumlah seluruh populasi

n = Sampel penelitian

Berdasarkan rumus diatas, maka perhitungan jumlah sampel dari angkatan 2018-2021 diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Populasi dan Sampel

Angkatan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
2018	711	$n_i = \frac{711}{2.874} \times 97 = 24$
2019	576	$n_i = \frac{576}{2.874} \times 97 = 19$
2020	618	$n_i = \frac{618}{2.874} \times 97 = 21$
2021	969	$n_i = \frac{969}{2.874} \times 97 = 33$
Jumlah	2.874	97

Sumber: Akademik FEB UNJA, data diolah 2022

Hasil dan Pembahasan Karakteristik Responden

Responden penelitian ini menggunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jenjang S1 tahun 2018-2021 sebanyak 97 orang. Adapun hasil penelitian karakteristik responden adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	58%
	Laki-Laki	42%
Dompet Digital Yang Digunakan	ShopeePay	40%
	Dana	29%
	GOPAY	15%
	Ovo	9%
	Link Aja!	6%
	Mudah Digunakan	43%
Alasan Dalam Memilih Dompet Digital Sebagai Alat Transaksi	Praktis/Simpel	19%
	Sebagai Alat Pembayaran Pada Marketplace yang Digunakan	12%
	dll.	26%
Lama Penggunaan Dompet Digital	<1 Bulan	7%
	1-6 Bulan	25%
	6-12 Bulan	15%
	>12 Bulan	53%
Transaksi Yang Dilakukan Ketika Menggunakan Dompet Digital	Belanja Online	36%
	Bayar Tagihan	27%
	Donasi	10%
	Transfer Uang	27%
Banyaknya Transaksi Dslsm Kurun Waktu 1 Bulan	1-2 Kali	56%
	3-5 Kali	31%
	Lebih Dari 5 Kali	13%
Cara Pengisian Ulang Saldo (Top Up)	Transfer Bank	43%
	Mini Market	39%
	Lainnya (Bri Link & Mobile Banking)	18%

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa yang mendominasi penggunaan dompet digital adalah perempuan (58%), dompet digital yang paling banyak digunakan adalah ShopeePay (40%), banyak yang menggunakan dompet digital dengan alasan mudah digunakan (43%), banyak yang menggunakan dompet digital dalam waktu > 12 bulan (53%), ketika menggunakan dompet digital transaksi yang dominan dilakukan adalah belanja online (36%), dalam kurun waktu satu bulan mahasiswa dominan melakukan transaksi sebanyak 1-2 kali (56%), dan pengisian ulang saldo banyak yang menggunakan metode Transfer Bank (43%).

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS 25. Hasil pengujian regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.230	3.532		.631	.529
Kemudahan (X1)	.474	.133	.336	3.559	.001
Kepuasan (X2)	.283	.087	.273	3.275	.001
Kepercayaan (X3)	.355	.103	.321	3.431	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Dompot Digital (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 2.230 + 0.474 X_1 + 0.283 X_2 + 0.355 X_3 + \varepsilon$$

Persamaan regresi linear berganda diatas memperlihatkan hubungan antara variable independen dengan variable dependen secara parsial, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (α) menunjukkan positif dengan nilai sebesar 2.230 yang berarti bahwa variable (X1), (X2) dan (X3) dianggap konstan atau sama dengan nol (0) maka Keputusan Penggunaan Dompot Digital adalah sebesar 2.230.
2. Nilai koefisien regresi X1 terhadap Y adalah sebesar 0.474 artinya jika variable X1 mengalami kenaikan satu satuan maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0.474. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara X1 dengan Y.
3. Nilai koefisien regresi X2 terhadap Y adalah sebesar 0.283 artinya jika variable X2 mengalami kenaikan satu satuan maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0.283. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara X2 dengan Y.
4. Nilai koefisien regresi X3 terhadap Y adalah sebesar 0.355 artinya jika variable X3 mengalami kenaikan satu satuan maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0.355. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara X3 dengan Y.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini (Uji t) digunakan untuk menganalisis hipotesis secara parsial (individual) guna mengetahui seberapa besar signifikan atau tidak signifikannya pengaruh masing-masing variable. Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengujian ini adalah menyusun hipotesis dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t table maka terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y.
2. Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t table maka tidak terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y.

$$T \text{ tabel} = t \left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1 \right) \\ = t (0,025; 93) \\ = 1985$$

$$\text{Ket.: } \alpha = 0,05 \\ n = \text{Jumlah sampel} \\ k = \text{Jumlah variabel X}$$

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS 25, maka diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Signifikansi Statistik Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.230	3.532		.631	.529
Kemudahan (X1)	.474	.133	.336	3.559	.001
Kepuasan (X2)	.283	.087	.273	3.275	.001
Kepercayaan (X3)	.355	.103	.321	3.431	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Dompot Digital (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengujian Hipotesis Pertama (H₁)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.559 > t$ tabel 1.985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti variable kemudahan (X1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan Dompot Digital (Y) dengan tingkat kepercayaan 95%.

Pengujian Hipotesis Kedua (H₂)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.275 > t$ tabel 1.985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti X2 berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Y dengan tingkat kepercayaan 95%.

Pengujian Hipotesis Ketiga (H₃)

Diketahui sig. untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0.001 < 0.05$ Dan nilai t hitung $3.431 > t$ tabel 1.985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti variable kemudahan (X3) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan Dompot Digital (Y) dengan tingkat kepercayaan 95%.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variable dependen. (Alghifari & Madiawati, 2020). Kriteria pengujian signifikan level 0,05 (=5%). Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengujian ini adalah menyusun hipotesis dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig $< 0,05$, atau F hitung $> F$ table maka terdapat pengaruh variable X secara simultan terhadap variable Y.
2. Jika nilai sig $> 0,05$, atau F hitung $< F$ table maka tidak terdapat pengaruh variable X secara simultan terhadap variable Y.

$$\begin{aligned} F \text{ tabel} &= F(k; n-k) \\ &= F(3; 39) \\ &= 2.70 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS 25, maka diperoleh hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Signifikansi Statistik Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1684.651	3	561.550	74.656	.000 ^b
Residual	699.534	93	7.522		
Total	2384.186	96			
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Dompot Digital (Y)					
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X3), Kepuasan (X2), Kemudahan (X1)					

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 Tahun 2022

Berdasarkan tabel 5 di atas diketahui bahwa untuk nilai signifikan untuk pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $74.656 > F$ table 2.70, sehingga dapat disimpulkan bahwa X1, X3, dan X3 berpengaruh secara simultan terhadap Y.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variable X secara simultan terhadap variable Y. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS 25, maka diperoleh hasil uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841 ^a	.707	.697	2.74260
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X3), Kepuasan (X2), Kemudahan (X1)				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 Tahun 2022

Berdasarkan tabel 6 di atas diketahui bahwa nilai R square sebesar 0.707. hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variable X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap variable Y adalah sebesar 0,707 atau 70,7%. Sedangkan sisanya 29,3% dipengaruhi oleh variable lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital

Kemudahan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan dompet digital. Semakin mudah suatu hal digunakan maka persepsi dalam menggunakan hal itu akan semakin baik. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ericaningtyas & Minarso, 2021), kemudahan penggunaan *e-wallet* mengarah kepada suatu tingkatan dimana pengguna yakin akan penggunaan information sistem yang lebih mudah serta tidak membutuhkan usaha lebih oleh penggunanya. Jika sistem informasi mudah di aplikasikan, maka pengguna akan lebih memilih untuk memakai sistem informasi tersebut. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian (Marchelina & Pratiwi, 2016) dan (Priyono, 2017) yang membuktikan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan e-wallet.

Dompot digital dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi, dan dalam Islam sangat menganjurkan kemudahan dalam setiap kegiatan bermuamalah, seperti dijelaskan dalam surah

Al-Insyirah 5-6 sebagai berikut: “*karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*”. [QS. al-Insyirah (94): 5-6].

Dari ayat tersebut dapat dipahami Allah mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan dibaliknya ada kemudahan. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut menjelaskan tentang dompet digital bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi kesulitan yang dihadapi oleh pengguna. Dengan adanya dompet digital maka pengguna dapat dengan mudah melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kemudahan dapat meningkatkan keputusan dalam penggunaan dompet digital.

Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital

Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi (Nugroho, 2015)

Dalam penelitian ini menghasilkan bahwa kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital hal tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Luthfianti & Citra Kusuma Dewi, 2020) yang membuktikan bahwa kepuasan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas penggunaan dompet digital. kemudian pada penelitian (Nurhalim, 2019) menghasilkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pengguna dompet digital. Semakin tinggi tingkat kepuasan maka akan membuat semakin besar rasa ingin menggunakan kembali.

Dompot digital merupakan jasa pelayanan transaksi. Berkaitan dengan penyediaan layanan pelanggan, Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Pencapaian kualitas layanan yang terbaik pada akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Seperti firman Allah dalam surah al-Imran ayat 159 sebagai berikut: “*Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemahlembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadaNya*” [QS. al- Imran (3): 159]

Ayat diatas menunjukkan bahwa Allah menyuruh kepada umatnya untuk berperilaku lemah lembut. Begitulah dengan perusahaan, suatu perusahaan terutama perusahaan dalam bidang jasa harus menerapkan kualitas pelayanan, yaitu dengan cara meningkatkan pelayanan yang terbaik dan kualitas produk yang mampu memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Dengan begitu maka terciptalah kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan penggunaan dalam dompet digital.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital

Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting dimiliki oleh perusahaan atau individual dalam meningkatkan loyalitas konsumen atau pengguna jasa. Kepercayaan dapat diartikan kesediaan konsumen untuk menerima dan melakukan transaksi secara daring berdasarkan harapan yang positif mengenai perilaku belanja pada masa yang akan datang.

Dalam penelitian ini menghasilkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap jasa transaksi dompet digital, maka akan semakin meningkatkan minat dalam penggunaan dompet digital.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Luthfianti & Citra Kusuma Dewi, 2020) dan (Latief et al., 2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh

yang positif dan signifikan terhadap penggunaan dompet digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan, maka akan semakin meningkat minat penggunaan dompet digital.

Dalam Islam, aspek kepercayaan juga memiliki dasar pemikiran, yaitu seperti yang tercantum dalam QS. Al-Anfal Ayat 27, yang menyatakan: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui*”. (QS. al-Anfal (8): 27).

Ayat ini menjelaskan tentang perintah kepada kaum mukmin agar mereka menjalankan amanah yang diamanahkan. Barang siapa yang amanah menjalankan perintah Allah, maka ia mendapatkan pahala yang besar dari Allah SWT. Jika tidak, maka ia akan mendapatkan azab yang pedih. Jika dikaitkan dengan penelitian ini bahwa layanan dapat memberikan kepercayaan lebih kepada pengguna untuk memutuskan apakah pengguna merasa diberikan kepercayaan dengan menggunakan layanan. Jika pengguna percaya dengan layanan tersebut maka akan memberikan kesan yang positif. Jika sekali saja layanan itu tidak bisa memberikan kepercayaan lagi atau berkhianat kepada pengguna maka akan berdampak pada responden yang enggan untuk menggunakan kembali layanan secara berulang-ulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatnya rasa kepercayaan dalam penggunaan dompet digital, maka akan semakin meningkatkan minat dalam penggunaan dompet digital.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan karakteristik responden yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis S1 angkatan 2018-2021 Universitas Jambi dengan jumlah responden sebanyak 97 orang. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan (56%), dengan jumlah responden terbanyak adalah dari angkatan 2021 (34%). Berdasarkan kategori dompet digital, ShopeePay merupakan dompet digital yang paling banyak digunakan (40%). Berdasarkan alasan penggunaan dompet digital Mudah Digunakan (43%) adalah alasan yang mendominasi. Berdasarkan lama penggunaan >12 bulan (53%). Berdasarkan transaksi yang dilakukan paling banyak adalah belanja online (36%). Berdasarkan banyaknya transaksi dalam satu bulan 1-2 kali (56%), dan berdasarkan cara pengisian ulang saldo (*top up*) adalah dengan Transfer Bank (54%).

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh variable kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital, kemudian variable Kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital, dan variable kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan (X1), kepuasan (X2) dan kepercayaan (X3) berpengaruh secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan dalam penggunaan dompet digital (Y).

Berdasarkan hasil penelitian dompet digital telah mempunyai fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah. Penggunaan dompet digital bersifat mubah (boleh) dikarenakan akad yang ada pada dompet digital merupakan akad wadiah (titipan) jika menggunakan dompet digital seperti pada fungsi awalnya yaitu sebagai tempat penyimpanan uang dan alat transaksi serta tidak adanya unsur riba, tadhlis, gharar, dan risywah.

Referensi

Ericaningtyas, R. B., & Minarso, B. (2021). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Minat Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). 2(2), 1–20.

- Jakpat.Net. (2021). Indonesia Digital Payment Trend 1st Semester Of 2021 - JAKPAT Survey Report - JAKPAT. <https://Blog.Jakpat.Net/Indonesia-Digital-Payment-Trend-1st-Semester-Of-2021-Jakpat-Survey-Report/>
- JAKPAT. (2021). Indonesia Ecommerce Trend 1st Semester Of 2021. <https://Blog.Jakpat.Net/Indonesia-Digital-Wallet-2nd-Semester-Of-2020-Jakpat-Survey-Report/>
- Latief, F., Dirwan, & Idris, M. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 157–166. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2020/09/09>
- Luthfianti, R., & Citra Kusuma Dewi, S. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayan, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna OVO 2019. 7(1), 1–9.
- Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *Jurnal Pilar Teknologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik*, 4(2). <https://doi.org/10.33319/piltek.v4i2.39>
- Nafiah, R., & Faih, A. (2019). Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah Dalam Perspektif Maqashid Syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 6(2), 167–175. <https://doi.org/10.19105/Iqtishadia.v6i2.2479>
- Nugroho, D. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, Dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Nurhalim, A. D. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pengguna OVO Pada Grab. *Bina Manajemen*, 8, 58–73.
- OJK. (2022). Penyelenggara Fintech Landing Berizin Di OJK Per 3 Januari 2022. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/pages/penyelenggara-fintech-lending-berizin-di-ojk-per-3-januari-2022.aspx>
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompet Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>