Islamologi : Jurnal Ilmiah Keagamaan
https://jipkm.com/index.php/islamologi
ISSN: 3026-4553

Analisis E-Payment dalam Akad Jual Beli: Tinjauan Prespektif Ekonomi Islam

Mardiah Hayati Hasan
E-mail: 2310311220074@mhs.ulm.ac.id

Qamarina Hurriatun Najla
E-mail: 2310311320008@gmail.com

Siti Hafizah
E-Mail : 2310311320038@mhs.ulm.ac.id

Universitas Lambung Mangkurat
Korespondensi penulis: 2310311220074@mhs.ulm.ac.id

Abstract: *The rapid advancement of technology in the modern era has fundamentally transformed human life, making it increasingly reliant on technological improvements. In the field of financial technology (fintech), payment systems have evolved to facilitate more user-friendly transactions. Technological advancements in financial transactions have transformed the function of cash into a more effective and efficient alternative. Buying and selling goods through electronic means is an example of another component of muamalah. Technological innovation in payment transaction systems in the economic sector has changed the function of cash into a more effective and efficient form of payment. The purpose of this research is to determine the significance and impact of E-Payment in increasing revenue and purchase contracts. This study employs a qualitative approach using descriptive methods. Twenty-seven respondents participated in the survey. The research data was obtained through the distribution of questionnaires.*

Keywords*: E-Payment, Buying and Selling, Technology*

Abstrak: Pesatnya kemajuan teknologi di era modern telah mengubah secara mendasar tatanan kehidupan manusia yang kini lebih bergantung pada peningkatan teknologi. Di bidang teknologi finansial (fintech), sistem pembayaran telah berevolusi untuk memfasilitasi transaksi yang lebih ramah pengguna. Kemajuan teknologi dalam transaksi keuangan telah mengubah fungsi uang tunai menjadi alternatif yang lebih efektif dan efisien. Jual beli barang melalui sarana elektronik merupakan salah satu contoh komponen muamalah yang lain. Inovasi teknologi dalam sistem pembayaran transaksi di bidang perekonomian telah mengubah fungsi uang tunai menjadi bentuk pembayaran yang lebih efektif dan efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi dan dampak E-Payment dalam

meningkatkan pendapatan dan kontrak pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode deskriptif. 27 responden berpartisipasi dalam survei. Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner.

Kata kunci: E-Payment, Jual beli, Teknologi

LATAR BELAKANG

Pesatnya perkembangan teknologi masyarakat modern saat ini telah menyebabkan kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan, sehingga bergantung pada teknologi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sudah membawa perubahan pesat dalam bidang masyarakat, perekonomian, dan kebudayaan. Pada bidang teknologi keuangan (fintech) sistem pembayaran berkembang bertujuan dalam memberikan kemudahan yang sejalan dengan keperluan manusia. Perkembangan teknologi dalam dunia transaksi sudah mengubah peran uang tunai menjadi bentuk non tunai yang lebih efektif dan efisien. Islam hadir untuk memberikan bimbingan pada kehidupan kita pada segala bidang, termasuk akidah, ibadah, akhlak ataupun muamalah. Salah satu contoh dari bidang muamalah yaitu pengaplikasian jual beli melalui sarana media elektronik.

Inovasi teknologi sistem pembayaran pada transaksi ekonomi sudah mengganti peran uang tunai dengan pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien. Dulu kegiatan transaksi pembeli dan penjual perlu bertemu langsung (face to face) dan memakai uang tunai. Saat ini, proses membeli tidak lagi memerlukan pertemuan tatap muka dan dapat dilakukan secara fleksibel di mana pun dan kapanpun, dengan menggunakan teknologi yaitu smartphone tanpa perlu membawa uang tunai. Dikutip Irfan Pramayoga Saputra dalam Consumer Intelligence series: Opening the Mobile Wallet jurnal karangan Bothun, menggunakan smartphone untuk memiliki beberapa keunggulan utama. Keunggulan pertama adalah pengguna dapat berhemat karena dapat memanfaatkan penawaran diskon atau cashback yang ditawarkan perusahaan. Keunggulan kedua adalah proses transaksinya yang sederhana. Yang penting pembayaran bisa dilakukan dengan mudah menggunakan smartphone dan koneksi internet tanpa harus membawa dompet fisik. Oleh karena itu, nilai baik E-Payment bisa memudahkan tahap transaksi pembayaran. Tetapi kita

harus memastikan tidak ada faktor buruk seperti gharar (ketidakpastian) dan riba (bunga) saat menggunakan E-Payment

Adanya melarang pada Fikih muamalah mengenai transaksi yang terdapat riba, karena riba tidak diperbolehkan oleh Allah SWT. Seperti firman Allah pada QS. AlBaqarah [2]: 275 yaitu:

وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ

Dan Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (QS. Al-Baqarah [2]: 275)

Terdapat Hadis yang berdasarkan dari Jabir r.a seperti berikut:

لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صلى الله عليه وسلم آكِلَ الرِّبَا وَمُوكِلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدَيْهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ

Berdasarkan Jabir r.a., ia berkata: Rasulullah SAW melaknat orang yang memakan riba, yang memberikan riba, penulis transaksi riba dan saksi-saksi transaksi riba. Mereka semuanya sama (berdosa). (HR Muslim).

Transisi dari pembayaran tunai ke digital melalui aplikasi telah menyebabkan penurunan penggunaan uang tunai. Fenomena ini terutama terlihat semakin terkenalnya aplikasi dompet digital (e-wallet) saat ini. Hal ini disebabkan oleh kemudahan, kecepatan dan efisiensi yang menawarkan selama proses pembayaran melalui aplikasi tersebut.

Sesuai Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 mengenai Penyelenggaraan Proses Transaksi Pembayaran, dompet digital ialah layanan elektronik yang menyimpan data alat pembayaran seperti kartu atau uang elektronik dan memungkinkan penerimaan dana pembayaran. Di Indonesia, uang elektronik telah termasuk metode pembayaran non-tunai yang dipakai untuk transaksi online atau dikenal dengan istilah pembayaran elektronik (E-Payment). Penerbitan uang elektronik diatur oleh Bank Indonesia Nomor 20/06/PBI/2018. Ketentuan ini

mengatur bila nilai uang elektronik harus disetorkan dahulu kepada pihak penerbit dan disimpan secara elektronik pada media server atau chip.

Penerapan mekanisme pembayaran mulai dari uang tunai hingga melalui aplikasi digital, menyebabkan penurunan jumlah uang tunai. Layanan transaksi e-wallet semakin terkenal sekarang karena lebih cepat, efisien, dan murah pada tahap pembayaran . Mekanisme transaksi e-wallet mengikutsertakan tiga pihak: pembeli (pengguna), penjual, dan penyedia layanan pembayaran (aplikasi). Transaksi yang terjadi di ruang digital ini mengikutsertakan tiga aktor utama: pemakai sebagai pembeli, mitra kerja sebagai penjual, dan aplikasi sebagai penyedia layanan pembayaran.

Dalam hukum Islam, dilarang keras dan diharamkan dalam segala bentuk yang mengakibatkan kerugian pada salah satu pihak. Prinsip transaksi yang mensyaratkan keadilan dan keselarasan dalam kontek transaksi E-Payment tidak memperbolehkan memiliki unsur-unsur yang membuat salah satu pihak merasa rugi. sehingga, perlu dilakukan penelitian mengenai revisi syariat Islam terhadap mekanisme E-Payment.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh A. Dewi (2021) menemukan bila variabel metode pembayaran mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian dalam konteks e-commerce. Lebih lanjut dipaparkan L. Purnama Sandy (2017) menyatakan bila metode pembayaran elektronik yang terbanyak digunakan antara lain Kartu Kredit Online, ATM, dan Internet Banking. Lebih lanjut ditemukan bahwa hubungan langsung antara kemudahan pembayaran dengan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang positif. Dampak tidak langsung melalui metode pembayaran elektronik juga terbukti memberikan dampak positif, namun lebih kecil dibandingkan dampak langsungnya.

Ekonomi digital, sebagaimana dipahami dalam buku “The Digital Economy: Understanding the Digital Economy” karya Don Tapscott, mengacu pada aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh individu atau kelompok, termasuk lembaga formal, organisasi layanan publik, dan sektor ekonomi tertentu, yang

memakai internet dengan perangkat komunikasi. Fenomena melaksanakan transaksi keuangan serta jual beli barang dan jasa yang disebut bisnis digital telah mengubah pola aktivitas bisnis dan kehidupan sehari-hari akibat pesatnya perkembangan teknologi.

Pembentukan perekonomian digital mengacu pada transferensi berbagai aktivitas sosial dan ekonomi melalui jaringan elektronik internet melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIC). Ini termasuk antara lain, , e-learning, e-media, e-bisnis, e-commerce, dan e-government. Seorang kolaborator penting dalam hal ini adalah David Chaum dari Universitas of California. Memformasikan konsep kriptografi melalui produk DigiCash yang dibuat untuk menjamin keamanan data pemilik.

Cryptocurrency atau mata uang virtual telah muncul sebagai alternatif metode pembayaran saat ini yang pada pihak ketiga bergantung seperti perusahaan penerbit kartu kredit (Visa, Mastercard, PayPal, dll) untuk mengelola transaksi digital. Perkembangan teknologi infomasi dan komunikasi global, khususnya internet, telah mempercepat pembentukan lingkungan ekonomi global elektronik. Wujud nyata dari fenomena ini adalah menjamurnya sistem pembayaran elektronik (E-Payment).

Electronic payment atau e-payment mengacu pada metode pembayaran elektronik yang menyimpan, memproses dan memperoleh dana rbentuk informasi digital dan memulai prosedur transfer melalui metode *E-Payment*. Komponen utama sistem pembayaran elektronik adalah:

1. Pentransferan uang;
2. Prasarana jaringan; dan
3. Pengendalian dan prosedur yang mengatur aspek keuangan dari sistem.

Umumnya, dalam e-commerce, e-payment berfokus pada transaksi online dengan internet. *E-payment* bisa diartikan sebagai tahap pembayaran yang tidak memakai dokumen kertas. Sistem pada *E-payment* mencakup berbagai jenis transaksi, termasuk transaksi kartu sistem nilai tersimpan online, kredit online,

sistem pembayaran cek digital, dompet elektronik, uang tunai elektronik, sistem akumulasi kredit digital, dan sistem checkout nirkabel.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian mengacu pada prosedut yang dipakai peneliti dalam pengumpulan data yang sesuai dengan suatu penelitian. Dalam mengumpulkan penelitian ilmiah, peneliti membutuhkan data yang lengkap, objektif, dan valid sesuai fakta yang berdokumentasi dan data empiris yang relevan dengan masalah pada penelitian.

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif, dipilih sebab topik yang diteliti memiliki sifat kompleks, komprehensif dan dinamis serta mempunyai makna yang mendalam. Alasan pemilihan pendekatan kualitatif adalah tidak mungkin mengumpulkan data situasi sosial dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti bertujuan untuk mempelajari kondisi sosial secara mendetail, mengidentifikasi pola, merumuskan hipotesis dan mengembangkan teori (Zuhri Absussamad, 2021).

Penelitian ini memakai teknik deskriptif dan analitis dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif dipakai untuk memberikan gambaran tentang topik penelitian melalui data atau sampel yang dikumpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuisioner sebagai cara pengumpulan data, meminta partisipan menjawab serangkaian pertanyaan-pertanyaan. Kuisioner yang digunakan bersifat tertutup, dengan pertanyaan yang disajikan dalam format pilihan ganda, sehingga peserta tidak mempunyai kesempatan untuk bebas mengemukakan pendapatnya. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami dampak E-Payment terhadap perilaku konsumtif Mahasiswi dan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Dalam penelitian ini memakai skala likert alam menghitung sikap, pendapat dan persepsi partisipan terhadap fenomena yang ada. Skala likert memungkinkan

responden memberikan tanggapan pada tingkat yang berbeda-beda, dari sangat positif sampai sangat negatif. Dengan memakai skala likert, setiap data respons diberi skor pada tingkat tertentu untuk memudahkan analisis sebagai berikut:

Tabel 1.1 Keterangan 1

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	1
Setuju	S	2
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	4
Sangat Tidak Setuju	STS	5

Tabel 1.2 Keterangan 2

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat Sering	SS	1
Sering	S	2
Kadang-kadang	KK	3
Tidak Pernah	TP	4
Tidak Pernah Sekali	TPS	5

Tabel 1.3 Distribusi Jawaban Responden Untuk Keterangan 1

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total Skor (%)
1.	Saya merasa penggunaan E-Payment mudah untuk dipahami dalam penggunaan serta pengaplikasiannya.	5	15	5	1	1	56,6%
2.	Saya merasa transaksi melalui E-Payment memudahkan pekerjaan saya sehari-hari.	6	16	3	1	1	59,3%
3.	Dengan E-Payment, proses saya dalam akad jual beli lebih mempersingkat waktu.	4	15	5	2	1	55,6%
4.	Saya merasa E-Payment meningkatkan kepercayaan saya dalam akad jual beli.	3	10	9	3	2	37%
5.	Saya merasa transaksi melalui E-Payment tidak mendukung pekerjaan saya sehari-hari.	1	4	6	14	2	51,9%
6.	Penggunaan E-Payment disarankan oleh teman/kerabat saya.	6	10	10	1	0	37%

7.	Saya merasa transaksi secara tunai memudahkan pekerjaan saya sehari-hari.	5	7	11	2	2	40,7%
8.	Dengan transaksi secara tunai, proses saya dalam akad jual beli lebih mempersingkat waktu.	4	9	9	4	1	33,3%
9.	Saya merasa transaksi secara tunai meningkatkan saya dalam akad jual beli.	7	10	9	1	0	37%
10.	Saya merasa transaksi secara tunai tidak mendukung pekerjaan saya sehari-hari.	2	2	5	14	4	51,9%

Berdasarkan tabel 1.2 Distribusi jawaban responden untuk tabel *penggunaan digital payment dan tunai* data dari 10 pernyataan dengan 27 responden.

Berikut rinciannya :

a. Pernyataan pertama, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari reponden. Dari total 27 responden. 5 responden ‘sangat setuju’, 15 responden ‘setuju’, 5 responden ‘netral’, 1 responden ‘tidak setuju’ dan 1 responden ‘sangat tidak setuju’. Skor keseluruhan sebesar 56,6% menunjukkan bahwa mereka setuju dengan pernyataan tersebut.
b. Pernyataan kedua, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 6 responden ‘sangat setuju’, 16 responden ‘setuju’, 3 responden ‘netral’, 1 responden ‘tidak setuju’ dan 1 responden ‘sangat tidak setuju’. Skor keseluruhan sebesar 59,3% menunjukkan bahwa mereka setuju dengan pernyataan tersebut.

c. Pernyataan ketiga, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 4 responden ‘sangat setuju’, 15 responden ‘setuju’, 5 responden ‘netral’, 2 responden ‘tidak setuju’ dan 1 responden ‘sangat tidak setuju’. Skor keseluruhan sebesar 55,6% menunjukkan bahwa mereka setuju dengan pernyataan tersebut.
d. Pernyataan keempat, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 3 responden ‘sangat setuju’, 10 responden ‘setuju’, 9 responden ‘netral’, 3 responden ‘tidak setuju’ dan 2 responden ‘sangat tidak setuju’. Skor keseluruhan sebesar 37% menunjukkan bahwa mereka setuju dengan pernyataan tersebut.
e. Pernyataan kelima, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 1 responden ‘sangat setuju’, 4 responden ‘setuju’, 6 responden ‘netral’, 14 responden ‘tidak setuju’ dan 2 responden ‘sangat tidak setuju’. Skor keseluruhan sebesar 51,9% menunjukkan bahwa mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut.
f. Pernyataan keenam, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 6 responden ‘sangat setuju’, 10 responden ‘setuju’, 10 responden ‘netral’, 1 responden ‘tidak setuju’ dan 0 responden ‘sangat tidak setuju’. Skor keseluruhan sebesar 37% menunjukkan bahwa mereka setuju dan netral dengan pernyataan tersebut.
g. Pernyataan ketujuh, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 5 responden ‘sangat setuju’, 7 responden ‘setuju’, 11 responden ‘netral’, 2 responden ‘tidak setuju’ dan 2 responden ‘sangat tidak setuju’. Skor keseluruhan sebesar 40,7% menunjukkan bahwa mereka netral dengan pernyataan tersebut.
h. Pernyataan kedelapan, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 4 responden ‘sangat setuju’, 9 responden ‘setuju’, 9 responden ‘netral’, 4 responden ‘tidak setuju’ dan 1 responden ‘sangat tidak setuju’. Skor keseluruhan sebesar 33,3% menunjukkan bahwa mereka setuju dan netral dengan pernyataan tersebut.

i. Pernyataan kesembilan, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 7 responden ‘sangat setuju’, 10 responden ‘setuju’, 9 responden ‘netral’, 1 responden ‘tidak setuju’ dan 0 responden ‘sangat tidak setuju’. Skor keseluruhan sebesar 37% menunjukkan bahwa mereka setuju dengan pernyataan tersebut.

j. Pernyataan kesepuluh, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 2 responden ‘sangat setuju’, 2 responden ‘setuju’, 5 responden ‘netral’, 14 responden ‘tidak setuju’ dan 4 responden ‘sangat tidak setuju’. Skor keseluruhan sebesar 51,9% menunjukkan bahwa mereka tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 1.4 Distribusi Jawaban Responden Untuk Keterangan 2

No	Pernyataan	SS	S	KK	TP	TPS	Total Skor (%)
1.	Seberapa sering Anda melakukan transaksi melalui E-Payment?	1	11	13	2	1	48,1%
2.	Seberapa sering anda melakukan transaksi secara tunai?	10	12	3	1	1	44,4%
3.	Saya mengetahui bahwa melakukan akad jual beli itu penting menurut ajaran islam.	13	9	2	1	2	48,1%
4.	Saya sering melalukan transaksi melalui E-Payment dan selalu ingat melakukan akad jual beli.	4	10	12	1	0	44,4%
5.	Saya sering melakukan transaksi melalui E-Payment tetapi saya sering lupa melakukan akad jual beli.	0	4	16	4	3	59,3%
6.	Saya merasa lebih mudah menggunakan E-Payment daripada secara tunai.	1	6	18	2	0	66,7%

7.	Saya sering melakukan transaksi secara tunai dan selalu ingat melakukan akad jual beli	11	10	6	0	0	40,7%
8.	Saya sering melakukan transaksi secara tunai tetapi saya sering lupa melakukan akad jual beli.	0	2	10	9	6	37%
9.	Saya merasa lebih mudah ber-transaksi secara tunai daripada melalui E-Payment agar dapat terjadinya akad jual beli.	4	7	13	3	0	48,1%
10.	Saya berminat melakukan transaksi melalui E-Payment meskipun ada pilihan E-Payment atau tunai.	3	4	16	3	1	59,3%
11.	Saya berminat melakukan transaksi secara tunai meskipun ada pilihan E-Payment atau tunai.	4	7	13	4	5	48,1%

Berdasarkan tabel 1.3 Distribusi jawaban responden pada tabel perilaku konsumtif diperoleh data terdiri dari 11 pertanyaan dengan 27 responden.

Berikut rinciannya:

a. Pernyataan pertama, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 1 responden ‘sangat sering’, 11 responden ‘sering’, 13 responden ‘kadang-kadang’, 2 responden ‘tidak pernah’ dan 1 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 48,1% menunjukkan bahwa mereka kadang-kadang dengan pernyataan tersebut.
b. Pernyataan kedua, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 10 responden ‘sangat sering’, 12 responden ‘sering’, 3 responden ‘kadang-kadang’, 1 responden ‘tidak pernah’ dan 1 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 44,4% menunjukkan bahwa mereka sering dengan pernyataan tersebut.

c. Pernyataan ketiga, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 13 responden ‘sangat sering’, 9 responden ‘sering’, 2 responden ‘kadang-kadang’, 1 responden ‘tidak pernah’ dan 2 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 48,1% menunjukkan bahwa mereka sering dengan pernyataan tersebut.
d. Pernyataan keempat, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 4 responden ‘sangat sering’, 10 responden ‘sering’, 12 responden ‘kadang-kadang’, 1 responden ‘tidak pernah’ dan 0 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 44.4% menunjukkan bahwa mereka kadang-kadang dengan pernyataan tersebut.
e. Pernyataan kelima, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 0 responden ‘sangat sering’, 4 responden ‘sering’, 16 responden ‘kadang-kadang’, 4 responden ‘tidak pernah’ dan 3 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 59,3% menunjukkan bahwa mereka kadang-kadang dengan pernyataan tersebut.
f. Pernyataan keenam, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 1 responden ‘sangat sering’, 6 responden ‘sering’, 18 responden ‘kadang-kadang’, 2 responden ‘tidak pernah’ dan 0 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 66,7% menunjukkan bahwa mereka kadang-kadang dengan pernyataan tersebut.
g. Pernyataan ketujuh, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 11 responden ‘sangat sering’, 10 responden ‘sering’, 6 responden ‘kadang-kadang’, 0 responden ‘tidak pernah’ dan 0 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 40,7% menunjukkan bahwa mereka sangat sering dengan pernyataan tersebut.
h. Pernyataan kedelapan, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 0 responden ‘sangat sering’, 2

responden ‘sering’, 10 responden ‘kadang-kadang’, 9 responden ‘tidak pernah’ dan 6 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 37% menunjukkan bahwa mereka kadang-kadang dengan pernyataan tersebut.

i. Pernyataan kesembilan, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 4 responden ‘sangat sering’, 7 responden ‘sering’, 13 responden ‘kadang-kadang’, 3 responden ‘tidak pernah’ dan 0 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 48,1% menunjukkan bahwa mereka kadang-kadang dengan pernyataan tersebut.
j. Pernyataan kesepuluh, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 3 responden ‘sangat sering’, 4 responden ‘sering’, 16 responden ‘kadang-kadang’, 3 responden ‘tidak pernah’ dan 1 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 59,3% menunjukkan bahwa mereka kadang-kadang dengan pernyataan tersebut.
k. Pernyataan kesebelas, sebagian besar mendapat tanggapan positif dari responden. Dari total 27 responden. 4 responden ‘sangat sering’, 7 responden ‘sering’, 13 responden ‘kadang-kadang’, 4 responden ‘tidak pernah’ dan 5 responden ‘tidak pernah sekali’. Skor keseluruhan sebesar 48,1% menunjukkan bahwa mereka kadang-kadang dengan pernyataan tersebut.

Penelitian berjudul “Analisis E-Payment dalam Akad Jual Beli: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam” menunjukkan pembayaran digital bagian dari variabel independen dan perilaku konsumtif bagian dari variabel dependen. Sampel penelitian berjumlah 27 responden.

Output penelitian memperlihatkan bila pemakai pembayaran digital berdampak signifikan positif pada perilaku konsumtif mahasiswa dan mahasiswi di FEB Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Pembahasan tentang dampak digital payment pada perilaku konsumtif mahasiswa dan mahasiswi di FEB Universitas Lambung Mangkurat akan dijabarkan sebagai berikut:

E-Payment merupakan sistem pembayaran berbasis teknologi yang dapat diproses secara fleksibel kapanpun dan dimanapun selama tersedia jaringan pendukungnya. Saat ini, kemajuan luar biasa di bidang sistem pembayaran berdampak signifikan pada aktivitas manusia sehari-hari, termasuk mencukupi keperluan sehari-hari dan membeli barang yang mereka inginkan. Dengan munculnya sistem E-Payment, masyarakat tidak lagi harus ke luar rumah atau menghabiskan waktu dalam antrian panjang. Yang mereka butuhkan hanyalah smartphone dan koneksi internet yang mencukupi untuk mudah membeli produk atau layanan yang mereka inginkan. E-Payment telah menjadi bagian penting untuk segala jenis transaksi, termasuk belanja online, beli pulsa , voucher listrik, dan lain-lain. Berikut output penelitian:

Berdasarkan tabel 1.3 dapat menjelaskan bahwa sebagian besar Mahasiswi dan mahasiswa sebagai objek penelitian menyatakan setuju penggunaan E-Payment mudah dilakukan dimana dan kapanpun dalam melakukan kegiatan akad jual beli. Namun, sebagian yang lain juga menyatakan setuju bahwa melakukan akad jual beli secara tunai.

Berdasarkan tabel 1.4 dapat menggambarkan bahwa sebagian besar perilaku konsumtif Mahasiswi dan mahasiswa sebagai objek penelitian melakukan kegiatan transaksi melalui tunai dan E-Payment. Akad jual beli atau ijab qabul merupakan salah satu syarat kegiatan jual beli, dari pernyataan pada tabel 1.4 Mahasiswi dan mahasiswa sebagai objek penelitian masih sering melakukan kegiatan akad jual beli atau ijab qabul.

KESIMPULAN DAN SARAN

E-payment dalam Perspektif islam kini sudah menjadi bagian dari kemajuan teknologi di kalangan mahasiswa. E-payment pada dasarnya sama seperti

kita melakukan pembayaran secara tunai, yang membedakannya, E-payment menggunakan aplikasi untuk membayarnya. Salah satu kemudahan dalam menggunakan E-Payment adalah bisa melaksanakan pembayaran tanpa mempersiaokan uang tunai dan membayar secara pas. Tetapi itu semua balik lagi kepada diri sendiri, ada beberapa orang juga beranggapan bahwa menggunakan uang cash lebih mudah dan ada juga yang beranggapan menggunakan e-payment lebih praktis. Itu semua kembali kepada penggunanya masing-masing, asal kita melakukan akad jual beli dengan ketentuan islam yang telah di tetapkan.

DAFTAR REFERENSI

Dewi, Apriliya. *"Pengaruh Faktor Keamanan Dan Privasi, Metode Pembayaran, Endorsement, Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Dalam e-Commerce* (Studi Pada Karyawan Pt. Mandom Indonesia Tbk)." Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2021

Irfan Prapmayoga Saputra, *Analisis Efektivitas Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya* (Bandar Lampung: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung, 2019), hlm. 6-7

Imam Wahyudi, Gandhi Anwar Sani. 2014, Interdependence between Islamic capital market and money market: Evidence from Indonesia, Borsa Istanbul Review, Volume 14, Issue 1, Pages 32-47

Junadi, Sfenrianto. 2015. A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-payment System in Indonesia, Procedia Computer Science, Volume 59, Pages 214-220

Lutfida Siwinastiti dan Tiara Nirmala, *Analisis Pengaruh Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu dan Uang Elektronik Terhadap Permintaan Uang Kartal di Indonesia*, JEP-Vol.3.No 2, Juli 2014, hlm. 195.

Muslim ibn al-Hujaj Abu al-Hasan al-Qusyairi al-Naisyaburi, *Shahih Muslim*, Juz 3 (Beirut: Dar Ihya al-Turats al-Arabi, t.th), hlm. 1219, hadis ke-106. Nisa, K. (2021). Fakultas syari'ah dan hukum universitas islam negeri ar-raniry banda aceh 2021 m/1443 h.

Nurul Septiana.2018. Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling Anggota Paytren Dalam Melakukan Network Marketing Di Pekanbaru. Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya km 12,5 Simpang baru- Pekanbaru 28293. JOM FISIP Vol. 5 No. 1 – April 2018

Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.

Pasal 1 angka 3 Peraturan Bank Indonesia No. 20/06/PBI/2018 tentang Uang Elektronik.

Purnama Sandy, Lazuardhi. "*Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Elektronik Dalam E-Commerce Marketplace Dengan Metode Pembayaran Elektronik Sebagai Variabel Intervening.*" STIE Malangkucecwara, 2017.

Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 142

Sofyan Siregar, Statistika Deskriptif untuk Penelitian, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010)

Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 132

Untara, simon.et, al. 2016. Membentuk Identitas Indonesia dalam arus globalisasi. Surabaya: Fakultas Filsafat Universitas Widya Mandala

Yoyo Sudaryo dkk, *Digital Marketing dan FinTech di Indonesia* (Yogyakarta: ANDI, 2020), hlm. 100.

Zuchri Abdussamad. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. (F. Jalsan, Ed.) (1st ed.). Syakir Media Press.