ANALISIS KECENDRUNGAN GEN Z DALAM MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK DALAM BERBELANJA (STUDY KASUS MASYARAKAT DI KECAMATAN PANAI TENGAH, PROVINSI SUMATERA UTARA)

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh :

SRI EKA RAMADANI

3321183

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI

TAHUN 2025 M/1447H

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Analisis Kecendrungan Gen Z Dalam Menggunakan Uang Elektronik Dalam Berbelanja (Study Kasus Masyarakat Di Kecamatan Panai Tengah,Provinsi Sumatera Utara)"**. Disusun oleh Sri Eka Ramadani Nim 3321183. Mahasiswa Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi Angkatan 2021-2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kecenderungan menggunakan uang elektronik *(E-Wallet)* berdampak pada pengelolaan keuangan Gen Z saat berbelanja, serta mengetahui dampak atau faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan uang elektronik.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan analisis deskriptif. Populasi penelitian adalah masyarakat Gen Z (lahir tahun 1997-2012) di Kecamatan Panai Tengah. Pengambilan sampel melibatkan 15 responden (5 pedagang dan 10 konsumen) berusia 13 hingga 28 tahun. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi uang elektronik di kalangan Gen Z didorong oleh kemudahan dan kecepatan transaksi, serta manfaat berupa promo dan *cashback*. (Dampak Negatif) Meskipun praktis, kecenderungan ini seringkali mengarah pada perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, yang menjadi masalah dalam pengelolaan keuangan Gen Z. (Aspek Syariah) Dari perspektif Ekonomi Syariah, transaksi menggunakan uang elektronik di Kecamatan Panai Tengah dianggap sah (*halal*) dan sesuai dengan prinsip *muamalah* (*At-Taysir*) karena mempermudah urusan umat dan terhindar dari unsur *riba* (bunga), *gharar* (ketidakjelasan), dan *maysir* (perjudian), selama transaksi dilakukan secara transparan dan tanpa tambahan nilai yang diharamkan.

Kata Kunci: Gen Z, Uang Elektronik, *E-Wallet,* Perilaku Konsumtif, Pengelolaan Keuangan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa transformasi besar dalam berbagai bidang kehidupan, tidak terkecuali dalam sektor keuangan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat dalam dekade terakhir adalah sistem pembayaran digital, khususnya dompet digital atau yang lebih dikenal dengan istilah *e-wallet*. *E-wallet* merupakan alat pembayaran berbasis aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang secara elektronik, melakukan transaksi tanpa tunai (*cashless*), serta menerima dan mengirim uang secara instan melalui perangkat digital.[1] Inovasi ini hadir sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat modern akan efisiensi, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi.

Di Indonesia, perkembangan layanan *e-wallet* sangat signifikan. Berdasarkan laporan Bank Indonesia, transaksi uang elektronik meningkat tajam setiap tahunnya, seiring dengan semakin luasnya penggunaan internet dan *smartphone* oleh masyarakat.[2] Di era digital, Generasi Z cenderung memiliki gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi oleh media sosial dan tren

[1] Susanto, A., & Suryanto, T. (2020). *Transformasi Digital dalam Sistem Keuangan Indonesia*. Jakarta: Penerbit Andi.

[2] Bank Indonesia. (2022). *Laporan Statistik Sistem Pembayaran Indonesia*. Retrieved from https://www.bi.go.id

online, serta kemudahan akses terhadap informasi. Meskipun literasi keuangan mereka cukup baik, mereka sering kali tidak memahami pentingnya pengelolaan keuangan, yang mendorong pengeluaran impulsif. Penggunaan uang elektronik mempermudah transaksi tanpa merasakan dampak langsung, memperburuk kebiasaan konsumtif ini.

Alat pembayaran telah mengalami beberapa transformasi dari waktu ke waktu yang berawal dari sistem barter hingga ditemukannya uang sebagai alat transaksi pembayaran yang sah. Masyarakat menggunakan uang sebagai alat tukar standar pengukur nilai untuk malakukan transaksi pembelian barang dan jasa. Uang pada dasarnya adalah aset manusia, melindungi dan mengamankan uang sebagai aset manusia adalah salah satu elemen kunci Syariah mengenai manfaat kekayaan. [3]

Pada sebuah artikel yang ditulis oleh Mega Suri Risanda (Mega Suri Risanda). terdapat manfaat dari transaksi *e-wallet*. Manfaat pertama ialah membantu meringkas barang bawaan, karena dengan pengunaan *e-wallet*, para pengguna tidak perlu lagi membawa uang tunai dalam jumlah besar, sehingga dapat lebih mudah dan tidak merepotkan. Kedua, mengamankan keuangan pengguna, penggunaan *e-wallet* memberikan keamanan bagi para penggunanya dengan sistem penyimpanan, menjadikan para pengguna tidak perlu lagi

[3] Nur Faiza Mas'udiah,Dewi Sutjahyani,*Pengaruh Gaya Hidup,Literasi Keuangan,Dan Penggunaan Uang ElektronikTerhadap Periaku Konsumtif dengan Pengelolaan Keuangan Variabel Intervening Pada Gen Z,*(Surabaya:REMITTANCE,2025), Vol 06.

membawa uang tunai secara berlebihan untuk mencegah kehilangan maupun keruksakan. Ketiga, membantu riwayat transaksi, dengan menggunakan *e-wallet*, berbagai riwayat transaksi dapat tercatat secara kompleks dan berurutan. Para pengguna bisa melihat kembali kapan saja mereka melakukan top-up maupun pembelian dengan mudah dan lengkap. Maka dari itu nilai positif transaksi e-wallet ialah dapat mempermudah segala proses transaksi pembayaran[4]. Namun perlu dipastikan tidak adanya unsur-unsur yang merugikan seperti riba.

Fiqih muamalah melarang segala jenis transaksi yang mengandung riba, sebab riba dilarang oleh Allah SWT, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 275 yaitu :

وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰوا

Artinya : "Dan Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."

Ayat ditas menjelaskan tentang larangan riba (bunga) yang diharamkan Allah, sementara jual beli dihalalkan. Orang yang mengonsumsi riba digambarkan seperti orang yang kesurupan setan karena gila, karena perbuatan

[4]Sasa Sunarsa, Ilham Nurul Fauzi, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Mekanisme Transaksi E-Wallet,* (Garut:JHESY, 2023), Vol. 02; No. 01;

mereka mencerminkan penolakan terhadap keadilan dan ketundukan pada Allah.

Dalam hukum Islam, penukaran uang elektronik dan transaksi lainnya harus dilakukan secara tunai dan tepat waktu, tanpa penundaan pembayaran yang lama, karena penundaan menghasilkan keuntungan bagi beberapa pihak. Hal ini mengakibatkan riba nasiah, dimana riba yang timbul sebagai ganti rugi atas keterlambatan pembayaran. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berkelanjutan memberikan peluang bagi setiap manusia. Dengan adanya perubahan teknologi informasi, perdagangan dan sistem pembayaran, menyebabkan perubahan lahirnya inovasi pada sistem alat pembayaran. Salah satu inovasi pembayaran era ini adalah penggunaan uang elektronik melalui perkembangan teknologi sangat mudah untuk bertransaksi dengan uang tunai, tetapi seiring perkembangan ekonomi dan teknologi, mendapatkan dan membawa uang tunai dalam jumlah besar akan menjadi sulit karena pencurian, perampokan, dan pemalsuan yang meningkat. Akibatnya, orang mulai takut menyimpan atau membawa uang tunai dalam jumlah besar. Kendala -kendala inilah akhirnya memununculkan inovasi ide-ide baru untuk metode pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan efisien.

Pembayaran digital sendiri telah meningkat di Indonesia sejak wabah Covid-19, masyarakat mulai harus beradaptasi dengan keadaan yang ada dan pada akhirnya mengadopsi model bisnis dan transaksi secara digital.dan

mengurangi pembayaran secara tunai dan beralih ke pembayaran nontunai, juga dikenal sebagai *cashless*.

Dengan kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran, uang tunai telah digantikan oleh uang non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Perkembangan ekonomi digital dan informasi juga akan membantu mempercepat inklusi keuangan suatu negara. Pembayaran non-tunai adalah salah satu cara penggunaan teknologi informasi dengan pertumbuhan ekonomi digital saat ini, sehingga dalam hal ini masyarakat beralih dari metode pembayaran konvensional ke metode pembayaran digital karena dianggap lebih mudah dan menguntungkan.

Di Indonesia, penggunaan pembayaran elektronik telah memiliki dasar hukum yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016 tentang uang elektronik (*electronic money*). Regulasi ini diharapkan dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap transaksi non-tunai, sekaligus memberikan kemudahan, perlindungan, serta jaminan keamanan bagi pengguna. Dengan adanya aturan ini, pembayaran digital diharapkan menjadi lebih praktis, aman, dan efisien.[5]

Menggunakan e-wallet sudah menjadi gaya hidup terutama bagi generasi z. Berdasarkan sumber dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet

[5] PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR 20/6/PBI/2018 TENTANG UANG ELEKTRONIK

Indonesia (APJII)[6] mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun ketahun terus mengalami peningkatan hingga di tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4%. Dengan meningkatnya jumlah penduduk yang menggunakan internet, hal ini mendorong pasar online yang semakin besar. Muncul *marketplace-marketplace* yang menguasai pasar Indonesia saat ini seperti Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan lain sebagainya.

Adanya aplikasi populer seperti Gojek, Traveloka, Grab, dan Ruang Guru juga membuat intensitas penggunaan aplikasi di *smartphone* semakin meningkat. Semua aplikasi tersebut membutuhkan sistem pembayaran yang cepat dan ringkas.[7] Untuk itulah peran *e-wallet* dirasakan semakin penting di masa sekarang ini. *E-wallet* akan membantu dalam pembayaran transaksi secara online. Hal ini cocok karena pada kenyataannya perilaku masyarakat saat ini menginginkan agar keinginan dan kebutuhannya dapat dipenuhi secara cepat dan efisien.

[6] https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang

[7] Adhi Prakosa, Dimas Jati Wintaka, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulange-Walletpada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta,* (Yogyakarta: Bisman,2020), Vol3. No 1.

Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan yang terjadi di sekitar kita. Salah satu contohnya yaitu pola pembayaran dalam transaksi ekonomi. Pengunaan uang sebagai sarana pembayaran sudah merupakan kebutuhan pokok hampir di setiap kegiatan masyarakat. Uang sebagai alat pembayaran telah berevolusi, mulai dari berbentuk logam, kertas, hingga kini berkembang menjadi bentuk yang lebih praktis yaitu uang elektronik.

Tujuan utama penggunaan uang elektronik adalah untuk kemudahan, mencegah peredaran uang palsu, dan meningkatkan keamanan. Dengan uang elektronik, transaksi dapat dilakukan lebih cepat tanpa membawa uang tunai, mengurangi risiko uang palsu, dan memberikan perlindungan dari kejahatan.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7 “Dompet elektronik atau e-wallet adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, dan untuk melakukan pembayaran”. Oleh sebeb itu, menurut Megadewandanu, Suyoto, & Pranowo, (2016:20) bahwa E-Wallet didefinisikan sebagai mata uang digital, dimana terdapat kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (non tunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain. Sedangkan menurut Nonika (2020:20) bahwa pada umumnya *E-Wallet* berupa aplikasi yang berbasis di server dan dalam proses pemakaiannya memerlukan sebuah koneksi terlebih dulu dengan penerbitnya. Terdapat beberapa *E-Wallet* yang saat ini ada di pasar yaitu T-

Cash Telkomsel, XL Tunai, Rekening Ponsel CIMB Niaga, BBM Money Permata Bank, DOKU, dan lain sebagainya yang merupakan bagian sistem *electronic payment*. *Electronic Payment* adalah sistem pembayaran yang menggunakan media internet sebagai komunikasi[8].

Sistem pembayaran non tunai banyak diminati oleh kalangan masyarakat pada Gen Z, terutama karena faktor manfaat yang didapatkan seperti proses pembayaran yang lebih cepat, efisien dan keuntungan berupa diskon yang didapat saat digunakan. Namun, secara psikologi berbelanja secara dompet digital atau e-wallet dapat menyebabkan kecanduan dan ketergantungan.

Maka, permasalahan yang dilakukan oleh masyarakat generasi Z yakni sikap boros yang diakibatkan kurang pahamnya tentang pengelolaan keuangan sehingga mereka minimnya pemahaman antara kebutuhan dan keinginan, sehingga dapat memperburuk kondisi kesehatan keuangan. Selanjutnya berbelanja dengan aplikasi, e-wallet atau dompet digital pada *gawai/handphone* atau komputer jinjing (laptop) ternyata dapat juga mempengaruhi gaya berbelanja yang cenderung ke arah konsumerisme, karena ketika bertransaksi secara tidak langsung telah melakukan pembayaran, namun merasa seperti tidak sedang bertransaksi dan tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif yang merupakan dampak negatif dari dompet

[8] Muji Lestari, Ahmad Soleh, Suswati Nasution, *Pengaruh E-Wallet dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Bengkulu* (Bengkulu:Jurnal EMAK,2023),Vol,4,No1.

digital ini. Sama halnya dengan penggunaan *e-money,* yang digunakan sebagai alat pembayaran digital dalam memberikan kemudahan dan kecepatan melakukan transaksi-transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Juga masih menjadi masalah berikutnya bagi masyarakat Gen Z yang belum paham betul penggunaan e-money dan masih banyak pandangan di kalangan masyarakat, bahwa non-tunai memiliki resiko yang besar dan mempunyai banyak kelemahan.

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Nurul Fadhila Hasanah pada tahun 2023 dengan judul penelitian "*Implementasi Technology Acceptance Model* dalam Penggunaan *E-Money* Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* Dengan Pengaruh Resiko Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi Perspektif Ekonomi". Yang mana pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa Pada fitrah-nya uang elektronik sama halnya seperti uang pada umumnya, mempunyai nilai serta fungsi yang sama, namun hanya terbungkus dalam bentuk yang berbeda dan bergantung pada barang dan substansi yang ditransaksikan.

Kecamatan Panai Tengah adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Labuhanbatu yang terdiri dari 9 desa dan 1 kelurahan dengan luas sebesar 483,44 km². Desa Selat Beting merupakan desa terluas yaitu dengan luas 69,00 km². Sementara Kelurahan Labuhan Bilik[9] memiliki luas terkecil yaitu 37,00

[9] unia Rohana S. Pinem, dan Firman Martua Siregar *, Kecamatan Panai Tengah Dalam Angka 2024*, BPS Labuhanbatu/BPS-Statistics Labuhanbatu Regency,2024.hlm 23.

km, jumlah penduduk kecamatan ini sebanyak 41.767 jiwa, dengan kepadatan 86 jiwa/km².

Pulau Sumatera dengan jumlah provinsi sebanyak 10 provinsi di antaranya Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Kepualauan Riau, Jambi, Bengkulu, Sumatera Selatan, Bangka Belitung, dan Lampung, adapaun jumlah penduduk terbanyak di pulau ini adalah provinsi Sumatera Utara, berikut daftarnya dikutip dukcapil kemendagri pada juni 2024:

Tabel. 1.1
Urutan Kependudukan

No.	Provinsi	Jumlah Penduduk
1.	Sumatera Utara	15.548.873 Jiwa/Penduduk
2.	Lampung	9.082.727 Jiwa/Penduduk
3.	Sumatera Selatan	8.973.168 Jiwa/Penduduk
4.	Riau	6.969.031 Jiwa/Penduduk
5.	Sumatera Barat	5.788.436 Jiwa/Penduduk
6.	Aceh	5.570.453 Jiwa/Penduduk
7.	Jambi	3.795.579 Jiwa/Penduduk
8.	Kepulauan Riau	2.220.043 Jiwa/Penduduk
9.	Bengkulu	2.115.024 Jiwa/Penduduk

Sumber data : Diolah 2025

Dari tabel di atas kita bisa mengetahui populasi kependudukan pada tahun 2024 itu dipegang oleh Sumatera Utara yang mana ibu kotanya adalah Kota Medan. Sudah pasti dikatakan Kota Medan lebih maju kegiatan perekonomiannya dibandingkan Kota lain yang ada di Provinsi Sumatera Utara. Masyarakat di Kota Medan sendiri lebih suka melakukan pembelanjaan dan transaksi pembayaran melalui daring. Hal ini dikarenakan kemajuan ekonomi yang terdapat di Kota Medan membuat masyarakat Kota Medan dengan mudah

beradaptasi dengan teknologi dan transaksi online dapat mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan yang masyarakat inginkan.

Namun demikian meskipun layanan uang elektronik memiliki beberapa kelebihan ataupun keuntungan, sehingga Gen z terlalu bergantung pada teknologi dan lupa bahwasanya ada beberapa dampak negatif dari kecenderungan Dampak negatif dari kecenderungan Gen Z dalam menggunakan uang elektronik dalam berbelanja seperti Gen Z dapat terjebak dalam perilaku konsumsi berlebihan karena kemudahan dan fleksibilitas uang elektronik, ketergantungan Gen Z pada teknologi sehingga mereka kesulitan kontrol atau mengelola atas keuangan mereka karena kemudahan transaksi uang elektronik, dan yang terakhir adalah resiko keamanan, dapat beresiko terkena penipuan atau pencurian data jika tidak berhati hati dalam menggunakan uang elektronik.

Kecamatan Panai Tengah, yang terletak di Kabupaten Labuhan Batu, Provinsi Sumatera Utara, merupakan wilayah yang secara geografis berada di luar kota besar, namun tidak terlepas dari dampak perkembangan digital. Meskipun tergolong daerah semi-pedesaan, penetrasi penggunaan *smartphone* dan akses internet di daerah ini terus meningkat. Masyarakat, terutama kalangan Gen Z, mulai terbiasa dengan layanan digital, termasuk dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Akan tetapi, masih sedikit penelitian yang secara khusus menggali faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* di wilayah ini. Adapun beberapa alasan Gen Z aktif dalam menggunakan ewallet sebagai metode pembayaran digital.

Penelitian menunjukkan bahwa mayoritas Gen Z menggunakan e-wallet karena kemudahan dan kecepatan transaksi, selain itu juga Manfaat yang ditawarkan oleh e-wallet, seperti promo dan *cashback,* juga mempengaruhi adopsi e-wallet di kalangan Gen Z. Gen Z memiliki perilaku konsumtif dalam menggunakan e-wallet, yang dapat berdampak pada keuangan mereka. Penelitian menunjukkan bahwa Gen Z cenderung melakukan pembelian impulsif karena kemudahan penggunaan e-wallet . Indonesia memiliki 42 e-wallet yang terdaftar di Bank Indonesia. Namun, setelah peeliti melakukan observasi langsung ada 7 e-wallet yang memiliki pengguna terbanyak, yaitu BRImo, Dana, GoPay, Ovo, ShoppePay Link Aja, dan *Paytren eMoney*:

Tabel.1.2

No.	Nama E-Wallet	Peminat
1.	BRImo	30%
2.	Dana	25%
3.	Gopay	17%
4.	Ovo	10%
5.	ShoppePay	0,8%
6.	Link Aja	0,5%
7.	Paytren eMoney	0,5%

Sumber: Data diolah 2025

Penelitian diatas menggunakan pendekatan kualitatif dalam metodologinya, jenis penelitiannya adalah Menggunakan analisis deskripsi. Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna Uang Elektronik atau E-Wallet. Populasi dalam penelitian ini adalah kalangan masyarakat di Kecamatan Panai Tengah. Salah satu pengumpulan data dengan Wawancara Dan Observasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dari Usia 13 tahun hingga usia 28 tahun, dalam penelitian ini melibatkan 15 responden dari pedagang 5 dan 10 dari konsumen.

Tabel.1.3
Urutan Usia Generasi Z

No.	Tahun Lahir	Usia
1.	1997	28 Tahun
2.	1998	27 Tahun
3.	1999	26 Tahun
4.	2000	25 Tahun
5.	2001	24 Tahun
6.	2002	23 Tahun
7.	2003	22 Tahun
8.	2004	21 Tahun
9.	2005	20 Tahun
10.	2006	19 Tahun
11.	2007	18 Tahun
12.	2008	17 Tahun
13.	2009	16 Tahun
14.	2010	15 Tahun
15.	2011	14 Tahun
16.	2012	13 Tahun

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan latar belakang dan hasil observasi atau wawancara pra penelitian ini, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang

berjudul **Analisis Kecenderungan Gen Z Dalam Menggunakan Uang Elektronik atau E-Wallet Dalam Berbelanja (Study Kasus Masyarakat Di Kec. Panai Tengah, Kab. Labuhanbatu, Prov. Sumatra Utara).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat kecenderungan peningkatan penggunaan e-wallet di kalangan Gen Z, namun belum diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih menggunakan Uang Elektronik.
2. Kecenderungan pengguuna E-Wallet pada generasi z berdampak kepada pengelolaan keuanagan.

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya fokus pada kecenderungan gen z dalam menggunakan uang elektronik dalam berbelanja
2. Penelitian ini hanya fokus pada Gen Z (generasi yang lahir antara tahun 1997-2012) di masyarakat Kecamatan Panai Tengah Kabupaten Labuhanbatu Provinsi Sumatera Utara.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kecenderungan menggunakan uang elektronik berdampak kepada pengelolaan keuangan gen z dalam berbelanja di Kecamatan Panai Tengah?
2. Dampak yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan dari kecendrungan Gen Z dalam menggunakan uang elektronik di Masyarakat Kec. Panai Tengah?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kecenderungan menggunakan uang elektronik berdampak kepada pengelolaan keuangan gen z dalam berbelanja.
2. Untuk mengetahui dampak yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan dari kecendrungan Gen Z dalam menggunakan uang elektronik

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berkaitan yaitu :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang kecenderungan menggunakan uang elektronik berdampak kepada pengelolaan keuangan gen z dalam berbelanja.
2. Secara praktisi, diharapkan dapat memberikan informarrsi dan bahan masukan yang bermanfaat bagi masyarakat kecamatan panai tengah.

G. Penjelasan Judul

Untuk memperoleh pemahaman yang jelas terhadap arti judul yang dimaksud oleh penulis maka judul skripsi ini akan di jelaskan dengan secara rinci adapun judul skripsi ini adalah "*Analisis Kecendrungan Gen Z Dalam Menggunakan Uang Elektronik Dalam Berbelanja (Study Kasus Masyarakat Di Kec. Panai Tengah, Kab. Labuhanbatu, Prov. Sumatra Utara)".* agar nantinya tidak terjadi kesalapahaman dalam memakai kata yang di maksud:

1. Analisis

   Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya[10].Adapun pengertian lain analisia yaitu proses memeriksa, menyelidikan atau proses mencari tahu terhadap suatu kejadian agar dapat diketahui keadaan yang sebenarnya untuk memahami makna dan hubungan dengan tujuan agar mendapatkann pemahaman yang lebih dalam tentang

[10] Makinuddin, Tri Hadiyanto Sasongko, Analisis Sosial. (Bandung: Yayasan AKATIGA, 2006) h. 40

suatu topic, masalah atau fenomena dengan menguraikannya menjadi bagian-bagian yang lebih kecil dan kemudian menganalisis hubungan antar bagian tersebut.

2. Kencendrungan

   Kata "Kecenderungan" Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kecenderungan adalah kecondongan (hati), kesudian, atau keinginan (kesukaan) akan suatu hal. Kata ini berasal dari kata dasar cenderung, yang berarti condong atau mengarah pada sesuatu. Dalam konteks ini, kecenderungan menunjukkan adanya kemiringan atau preferensi alami yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal.[11]

3. Generasi Z

   Kata "Gen Z" adalah sebuah kategori demografis atau kohort generasi yang lahir setelah generasi Millennials. Rentang tahun kelahiran yang paling umum digunakan untuk mendefinisikan generasi ini adalah dari pertengahan 1997-an hingga awal 2013-an. Gen Z sering disebut sebagai "digital natives" pertama karena mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dengan akses internet, media sosial, dan perangkat digital sejak usia dini. Lingkungan yang serba digital ini

[11] https://kbbi.web.id/cenderung

sangat memengaruhi cara mereka berkomunikasi, belajar, dan berinteraksi dengan dunia.

4. Menggunakan

   Kata "Menggunakan atau Melakukan" adalah memakai, mengambil manfaat dalam melakukan sesuatu.

5. Uang Elektronik

   Kata “Uang Elektronik" adalah Menurut Bank Indonesia Nomor: 11/12/2009, uang elektronik adalah instrumen pembayaran berdasarkan nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbitnya. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam media seperti server atau chip dan digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang tidak sama dengan penerbit uang elektronik tersebut.Uang elektronik adalah inovasi dalam sistem pembayaran mikro, memungkinkan transaksi dengan kartu chip yang mengurangi saldo sesuai jumlah transaksi.[12]

6. Berbelanja

   Kata "Berbelanja" adalah salah satu kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari hari, seperti bahan makanan, pakaian, barang rumah tangga, kebutuhan sehari-hari, dan kebutuhan lainnya. Namun saat ini kegiatan belanja bukan hanya untuk memenuhi

[12] Hanifa Aldiah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Generasi Z,(Jakarta:* Universitas Kristen Wira Wacana Sumba,2024), Vol,13, No,1.

kebutuhan, melainkan sudah menjadi trend dan kebiasaan. Sering kali orang pergi berbelanja untuk bersenang-senang, untuk melepas kejenuhan, dan alasan pribadi orang orang.[13]

[13] Yeni Widiyawati, *Analisis Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja Dimasa Pandemi Covid-19,(JICE:* Bandar Lampung,2022), Vol: 03, No: 02.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Generasi Z

a. Pengertian Generasi Z

Pengertian Gen-Z yaitu generasi yang dari lahir berinteraksi dengan kemajuan teknologi. Pengasuhan mereka bahkan banyak dibantu oleh teknologi dan internet. Terlahir antara tahun 1997 sampai 2012, Generasi ini tidak sempat merasakan kehidupan tanpa teknologi dan internet. Karakter utama atau ciri khas dari Gen-Z adalah menyukai segala hal yang instan serta sangat bergantung pada internet dan teknologi, sebab sejak lahir para generasi Z telah terbiasa hidup berdampingan dengan teknologi. Maka dari itu, guna menekankan budaya literasi pada generasi z maka digunakan cara pendekatan sesuai dengan *habit* generasi Z dalam kehidupan sehari-hari, yakni pendekatan lewat teknologi internet dan promosi sosial media. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan langkah-langkah pendekatan literasi tersebut.[14]

[14] Laili Nurin Nabila ,Fahrizal Putra Utama , Alif Ahya Habib,Dkk, *Aksentuasi Literasi pada Gen-Z untuk Menyiapkan Generasi Progresif Era Revolusi Industri 4.0*,(Kediri: Journal Of Education Research,2023), No.4,Vol.1.

Peralihan generasi ini terjadi saat berkembang pesatnya teknologi global, yang kemudian melahirkan generasi Z punya pola pikir cenderung menginginkan hal serba instan. Gen Z punya keterkaitan erat dengan teknologi, kebutuhan bergantung kepada internet baik di dunia sosial, pendidikan, pengetahuan akan suatu hal yang membuat mereka kaku berkomunikasi di dunia nyata. Untuk selanjutnya generasi milenial dan generasi Z Peneliti sebut milenial dan gen Z dengan pola pikir berbeda generasi tetapi punya kesamaan melek terhadap teknologi.

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012. Gen-Z dikenal sebagai digital natives, yaitu kelompok masyarakat yang sejak kecil sudah terpapar oleh teknologi digital dan internet. Mereka memiliki karakteristik konsumsi yang unik, seperti kecepatan dalam menyerap informasi, preferensi terhadap layanan praktis, dan cenderung memilih platform yang memberikan nilai tambah secara instan.

b. Pentingnya pengetahuan tentang Literasi dan pengelolaan Keuangan

Pelaksanaan meningkatkan edukasi pemahaman dalam tentang keuangan di masyarakat sangat diperlukan. Dengan semakin pesatnya pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, lembaga keuangan mempunyai peran yang penting dalam kehidupan di

masyarakat luas. Literasi keuangan sangat berkaitan dengan kesejahteraan individu. Kegiatan mengelola keuangan secara tersusun dan sistematis adalah proses seorang individu dalam memenuhi kebutuhan hidup ini adalah pengertian pengelolaan keuangan yang merupakan bagian dari manajemen[15] keuangan pribadi. Kemampuan untuk membuat suatu pertimbangan dan melakukan investasi dimasa depan adalah bagian dari pengalaman keuangan. Untuk mencapai ketentraman dan kenyamanan dalam hidup maka perlu perencanaan dan pengelolaan investasi yang benar dan baik.

Kegiatan mengelola keuangan secara tersusun dan sistematis adalah proses seorang individu dalam memenuhi kebutuhan hidup ini adalah pengertian pengelolaan keuangan yang merupakan bagian dari manajemen keuangan pribadi. Kemampuan untuk membuat suatu pertimbangan dan melakukan investasi dimasa depan adalah bagian dari pengalaman keuangan. Untuk mencapai ketentraman dan kenyamanan dalam hidup maka perlu perencanaan dan pengelolaan investasi yang benar dan baik. hemat, mengurangi stres finansial, Perencanaanjangka panjang yang lebih matang, serta

[15] Ade Maya Saraswati, *Perencanaan Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Generasi Z di Masa Pandemi COVID-19 melalui Penguatan Literasi Keuangan,* (Jakarta: Jurnal Warta LPM,2021), Vol. 24, No. 2.

perlindungan dari kejadian yang tidak terduga. Indikator pengelolaan keuangan pribadi meliputi 4 aspek: penggunaan dan alokasi dana, penentuan asal dana, pengelolaan risiko, serta perencanaan jangka panjang. Pengelolaan yang bijaksana dan terencana membantu individu mengatur pengeluaran, memenuhi kebutuhan jangka panjang, serta mempersiapkan diri menghadapi potensi risiko keuangan di masa depan.Gaya hidup merefleksikan cara individu menjalani aktivitas, minat, dan pandangan hidup mereka dalam mengelola uang dan waktu, serta mencerminkan status sosialnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup meliputi pendapatan, pendidikan, media sosial, teknologi, lingkungan sosial dan budaya, serta faktor psikologis. Gaya hidup setiap individu dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti ekonomi, sosial, teknologi, pendidikan, dan psikologi. Tiga indikator utama gaya hidup, yaitu aktivitas (kegiatan sehari-hari seperti pekerjaan dan hobi), minat (ketertarikan pada hal-hal seperti mode, olahraga, atau hiburan), dan opini (pandangan terhadap isu sosial, politik, dan

budaya). Indikator-indikator ini menggambarkan bagaimana seseorang menjalani hidup dan membuat keputusan sehari-hari.[16]

2. Uang Elekronik *(E-Money)*

a. Pengertian Uang Elektonik

Uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk uang elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu (Bank Indonesia). Dalam salah satu publikasi pada bulan oktober 1996, *Bank of International Settlement* (BIS) memberikan definisi tentang uang elektronik sebagai nilai tersimpan atau produk prabayar dimana catatan dana atau nilai uang yang tersedia bagi konsumen disimpan pada perangkat yang dimiliki oleh konsumen (pengguna uang elektronik). Definisi ini mencakup kartu prabayar (disebut juga dompet digital) dan produk perangkat lunak prabayar yang menggunakan jaringan komputer seperti internet (penggunaan internet untuk melakukan pembayaran kartu kredit atau untuk perbankan online umum.[17]

Electronic money yang disingkat e money mungkin tak asing terdengar di telinga kita. Sebagaimana disebut kebijakan pengunaan

[16]Laila Tri oktavianti,Idwal B, dan Miko Polindi, *Pengaruh Fintech Payment,Kontrol Diri dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Manjemen Keuangan Pribadi pada Komunitas GenBi Bengkulu*,(Bengkulu:Jurnal Perbankan Syariah Darussalam,2025), No. 2, Vol. 5.

[17] Mulvi Aulia, *Uang Elektronik, Uang Digital (CRYPTOCURRENCY) Dan Fatwa DSN-MUI NO.116 Tentang Uang Elektronik* (Jakarta:(FSEI) Institut Ilmu Al-Qur'an,2020), No.1,Vol.4.

e-money dalam Peraturan dari Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) yang telah diperbarui menjadi PBI Nomor: 18/ 17/PBI/2016, "E-money diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit dan nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip. *E-money* bukan hanya sebagai pengganti uang tunai fisik dalam bentuk koin dan uang kertas dengan uang elektronik yang setara, namun juga sebagai sebuah sistem yang memungkinkan seseorang untuk membayar barang atau jasa dengan mengirimkan nomor dari satu komputer ke komputer lain. Kemunculan e-money di tengah-tengah masyarakat bertujuan untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai. Dikhususkan untuk pembayaran-pembayaran yang bersifat mikro dan ritel (kemenkeu, 2021).

E-money dalam perspektif ekonomi syariah, hukumnya boleh. Didasari dari surat An-Nisa ayat 29.

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (Q.S An-Nisa': 29)

Dari surat An-Nisa ayat 29 di atas dapat diambil kesimpulan bahwa manusia diperbolehkan bermuamalah dalam bidang ekonomi, namun tetap harus sesuai syara' dengan tidak melanggar

syariat serta didasari saling ridha meridhai diantara kedua belah pihak yang bermuamalah.[18]

Uang elektronik adalah nilai yang disimpan secara elektronik untuk digunakan sebagai alat tukar. Nilai uang elektronik dalam *e-money* akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran, baik berupa produk prabayar maupun produk akses[19]. Uang elektronik atau yang biasa dikenal dengan sebutan *e-money* merupakan suatu produk atau media yang menyimpan nilai uang (*stored value*) dan produk prabayar (*prepaid*), yang mana nilai uang tersebut disimpan dalam sebuah media yang berbasis elektronik. Nilai uang tersebut disimpan dalam media uang elektronik dan akan berkurang setiap kali konsumen atau pemiliknya melakukan transaksi.[20]

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa uang elektronik *(e-money*) adalah instrumen pembayaran berbasis digital yang merepresentasikan nilai uang yang tersimpan secara elektronik pada sistem atau perangkat tertentu.

---

[18] Nurul Fadhila Hasanah, *Implementasi Technology Acceptance Model dalam Penggunaan E-Money Terhadap Minat Menggunakan E-Money Dengan Pengaruh Resiko Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi Perspektif Ekonomi Syariah*, (Sumatera Barat:JIEI,2023),Vol,9. No,2.

[19] Zahra Aulia Mufidah dan Rachmad Risqy Kurniawan, "Electronic Money Sebagai Alat Transaksi dalam Pandangan Islam", Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Vol. 1, No. 1, (2023), 3

[20] Imam Kamaluddin, dkk, "*Keabsahan Uang Elektronik (E-money) Perspektif Qawa'id Fiqhiyah: Sebuah Tinjauan Empiris Terhadap Kritik Uang Elektronik"*, Jurnal Muslim Heritage. Vol. 7 No, 1, (2022), 240

b. Karakteristik uang elektonik (*E-Money*)

Fatwa DSN MUI merilis fatwa tentang *e-money* yaitu fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah, adalah:

a) *E-money* merupakan alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:
    1) Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit
    2) Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi
    3) Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan
    4) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

b) Uang elektronik syariah merupakan uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Pada fitrah-nya uang elektronik sama halnya seperti uang pada umumnya, mempunyai nilai serta fungsi yang sama, namun hanya

terbungkus dalam bentuk yang berbeda dan bergantung pada barang dan substansi yang ditransaksikan.

c. Fasilitas uang elektonik (*E-Money*)

Fasilitas yang dapat diberikan oleh Penerbit Uang Elektronik berupa:

1. Registrasi Pemegang,
2. Pengisian Ulang (*Top-up*)
3. Pembayaran Transaksi,
4. Pembayaran Tagihan;
5. Transfer Dana,
6. Tarik Tunai
7. Penyaluran program bantuan pemerintah kepada masyarakat
8. fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.[21]

Pengisian Ulang (*top-up*) adalah salah satu fasilitas yang dapat diberikan oleh penerbit jenis uang elektronik registered. Pengisian Ulang (top-up) adalah penambahan nilai uang elektronik pada Uang Elektronik.[22]

[21] Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*)
[22] Ibid,

d. Penyedia Jasa Uang elektronik (*E-Money*) di Indonesia

Beberapa penyedia jasa uang elektronik di Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. OVO

OVO adalah salah satu dompet digital non-bank terpopuler di Indonesia. OVO didirikan oleh perusahaan teknologi Indonesia, PT Visionet Internasional. Dompet digital ini menyediakan berbagai fitur, seperti pembayaran di berbagai merchant, pembelian pulsa, transfer uang antar pengguna, pembayaran tagihan, dan lain sebagainya. OVO juga sering bekerja sama dengan berbagai perusahaan dan *merchant* di Indonesia, sehingga pengguna OVO dapat menikmati berbagai penawaran dan promo menarik.[23]

2. Dana

Dana adalah dompet digital non-bank yang diluncurkan oleh PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (Emtek). Dompet digital ini memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi, seperti transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, pembelian tiket, dan lain sebagainya. Dana juga

[23] Suyanto, Mengenal Dompet Digital di Indonesia, (Serang: CV. A.A. Rizky, 2023), 29

terintegrasi dengan aplikasi Gojek, sehingga pengguna dapat menggunakan saldo Dana untuk membayar layanan Gojek.

3. LinkAja

LinkAja adalah dompet digital non-bank yang dikembangkan oleh beberapa perusahaan BUMN di Indonesia, seperti Telkomsel, Bank Mandiri, BRI, BNI, dan BTN. LinkAja menyediakan berbagai fitur, termasuk pembayaran di berbagai merchant, transfer uang, pembelian pulsa, pembayaran tagihan, pembelian tiket, dan lain sebagainya. Dompet digital ini memiliki cakupan yang luas dan banyak diterima di berbagai tempat di Indonesia.

4. Gopay

Gopay adalah dompet digital non-bank yang merupakan bagian dari ekosistem Gojek. Gopay memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran di berbagai merchant, pembelian pulsa, pembayaran tagihan, transfer uang, dan masih banyak lagi. Kelebihan Gopay adalah integrasinya dengan aplikasi Gojek yang populer di Indonesia, sehingga pengguna dapat menggunakan saldo Gopay untuk membayar berbagai layanan Gojek, seperti ojek online, pengiriman makanan, dan lain sebagainya.

5. ShopeePay

ShopeePay adalah dompet digital non-bank yang dikembangkan oleh Shopee, salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia. ShopeePay memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran di Shopee dan merchant-merchant yang bekerja sama dengan Shopee. Selain itu, pengguna juga dapat melakukan transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan berbagai transaksi lainnya. ShopeePay sering kali menawarkan promo dan diskon khusus kepada pengguna setianya.

e. Dasar Hukum *E-Money* di Indonesia

Penggunaan uang elektronik (*e-money*) memberikan sejumlah manfaat penting dalam kehidupan manusia. Terdapat banyak keuntungan yang dapat diperoleh dengan menggunakan uang elektronik dibandingkan dengan uang tunai, terutama dalam bertransaksi dengan jumlah kecil. Dalam melakukan transaksi kecil tersebut, tidak diperlukan penggunaan uang pas, dan tidak ada keharusan untuk menunggu mendapatkan kembalian. Aspek yang sangat penting dari penggunaan e-money adalah kemampuan konsumen dan pedagang untuk menghindari kesalahan penghitungan uang kembalian. Bank Indonesia mengeluarkan penyesuaian terhadap Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor

20/6/PBI/2018 mengenai Pelaksanaan Uang Elektronik. Penyesuaian tersebut merupakan tanggapan terhadap dinamika dan variasi dalam bisnis berbasis uang elektronik. Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik (electronic money) menjadi dasar untuk melihat pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi uang elektronik. Pihak-pihak tersebut memiliki keterkaitan satu sama lain sebagai suatu sistem dan hubungan hukum, mulai dari pembuat kebijakan hingga konsumen yang menggunakan uang elektronik[24].

Dasar hukum yang mengatur tentang uang elektronik adalah sebagai berikut:

a) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang diubah dengan Undang- Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada BAB V Transaksi Elektronik Pasal 17 sampai Pasal 22.
b) Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 yang diubah dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 dan diubah lagi dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016 Tentang Uang Elektronik.

[24] Evin Evantori Gajah, dkk, "Perlindungan Hukum bagi Pemegang Uang Elektronik (E money) Bermasalah Ditinjau Dari Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik", Jurnal Kewarganegaraan, Vol. 7 No. 2, (2023), 2115-2116

c) Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/1/PBI/2014 Tentang Perlindungan Konsumen Jasa Sistem Pembayaran dalam Pasal 2.

d) Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 16/11/DKSP Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Uang Elektronik 5. Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 16/16/DKSP Tahun 2014 Tentang Tata Cara Penyelenggara dan Konsumen Jasa Sistem Pembayaran di Indonesia.

e) Peraturan OJK No. 22 Tahun 2023 Tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan.[25]

3. Berbelanja

a. Pengertian Berbelanja

Berbelanja adalah aktivitas yang dilakukan semua individu, individu ketika berbelanja disebut sebagai konsumen, yaitu seseorang yang melakukan beberapa aktivitas seperti pembelian, penggunaan barang, jasa, dan mengevaluasinya. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, transaksi jual beli mengikuti arus perkembangan teknologi yang memanfaatkan jaringan internet. Berbagai inovasi kegiatan jual beli dengan menggunakan media berbasis internet media online menjadi pilihan yang harus dipilih oleh

[25] Gajah, dkk, 2116

perusahaan untuk memasarkan produknya ke masyarakat. Perubahan fungsi internet yang dahulu hanya menjadi tempat mencari informasi sekarang menjadi tempat untuk melakukan transaksi, internet juga menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat Indonesia pada saat ini. Untuk menjawab semua kebutuhan konsumen di Indonesia perusahaan selain menggunakan media offline, juga menerapkan sistem penjualan berbasis e-commerce. Salah satu model saluran belanja yang sedang menjadi trend saat ini adalah sistem belanja online yang menggantikan sistem belanja konvensional yang mengharuskan pembeli datang ke tempat belanja dan bertatap muka dengan penjual, dengan hadirnya media online pembeli tidak perlu menghabiskan waktuknya untuk berbelanja cukup dengan jaringan internet yang bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet dan menjamurnya toko online di Indonesia, transaksi belanja online pun tercatat meningkat.

b. Definisi Perilaku Konsumen

Mengenai manusia sebagai konsumen, pasti memiliki kebutuhan maupun keinginan didalam hidupnya. Kebutuhan maupun keinginan para konsumen sangat beragam dan dapat berubah-ubah sesuai dengan pertumbuhan zaman dan dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Maka dari itu, yang bertugas dalam melakukan pemasaran harus dapat mnguasai

dan memahami perilaku konsumen agar aktivitas pemasaran yang direalisasikan mampu berjalan dengan praktis dan sukses, sehingga target perusahaan dapat tercapai.

Dasar teori perilaku konsumen adalah landasan penting untuk memahami bagaimana dan mengapa konumen membuat keputusan terkait pembelian produk atau jasa. Pada intinya perilaku konsumen mencangkup serangkaian aktivitas, pikiran dan proses yang dilalui individu saat memilih, membeli, menggunakan serta mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.[26]

Perilaku konsumen adalah istilah yang mengacu pada penelitian tentang bagaimana orang dan perusahaan memilih,membeli, menggunakan dan membuang barang, jasa dan knsep untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.[27]

Dalam teori ekonomi dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Mereka memiliki pengetahuan tentang alternatif produk yang dapat memuaskan

[26] Rahmat Aji Nurakin, Adi Kusuma Negara, dkk. *Perilaku Konsumen Dan Gaya Hidup*, (Batam: Yayasan Cendikian Mulia Mandiri, 2024), h.4.
[27] Frans Sudirjo, dkk. *Teori Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran,* (Sumatera Barat: PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA, 2024), hal 3.

kebutuhan mereka[28]. Kepuasan menjadi hal yang yang teramat penting dan seakan menjadi hal utama untuk dipenuhi.

Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi), mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), serta di mana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi. Oleh karena itu studi tentang hal ini haruslah terus menerus dilakukan karena erat kaitannya dengan permasalahan manusia yang bersifat dinamis. Di bidang studi pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan. Dengan demikian perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan konsumen yang langsung melekat dalam proses mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses proses yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.[29]

Menurut Kotker dalam *The American Marketing Assosiation*, sebagaimana dikutip Nugroho J. Setiadi, prilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya, di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Dari hal tersebut terdapat tiga ide penting yang dapat disimpulkan yaitu: 1) perilaku konsumen adalah dinamis; 2) hal tersebut

[28] Bilson Simamora, Panduan Riset Perilaku Konsumen, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 3-4
[29] Nugroho J. Setiadi, Perilaku Konsumen, 3.

melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar; 3) juga melibatkan pertukaran[30].

Perilaku konsumen pada hakikatnya merupakan perilaku manusia yang adapun pihak-pihak yang berkepentingan dengan perilaku konsumen ini dapat dibedakan menjadi dua kelompok utama, yaitu: kelompok riset dasar *(basic research group),* dan kelompok yang berorientasi pada aksi *(action-oriented group).*

Pentingnya perilaku konsumen yang memiliki tujuan kegiatan pemasaran adalah untuk mempengaruhi konsumen agar bersedia membeli barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan pada saat meraka membutuhkan. Dalam perkembangan konsep pemasaran modern, konsumen ditempatkan sebagai sentral perhatian. Para praktisi maupun akadimisi berusaha mengkaji aspek-aspek konsumen dalam rangka mengembangkan strategi pemasaran yang diharapkan mampu meraih pangsa pasar yang tersedia.

Perilaku konsumen dipelajari karena dua alasan yaitu:

1. Perilaku konsumen penting dalam kehidupan setiap hari

   Kalau saja setiap konsumen memiliki perilaku yang konstan, mungkin kajian tentang perilaku konsumen tidak begitu penting. Tetapi mengingat konsumen selalu berinteraksi

[30] Ibid,3

dengan lingkunannya, maka secara otomatis periaku itu akan berubah-ubah bahkan dalam hitungan hari. Perilaku konsumen disini penting untuk memahami mengapa dan apa saja yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumen.[31]

2. Perilaku konsumen penting untuk mengambil keputusan

   Setiap keputusan yang diambil oleh konsumen pasti didasarkan alasan-alasan tertentu, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Proses pengambilan keputusan konsumen sangat terkait deengan masalah kejiawaan dan faktor eksternal. Dengan memahami perilaku konsumen, pemasaran akan mudah untuk menggambarkan bagaimana proses keputusan itu dibuat.

Dari penjelasan tesebut dapat disimpulkan pentingnya bagi pemasar untuk mempelajari perilaku konsumen yaitu dengan meletakankonsumen sebagai titik sentral perhatian pemasaran sehingga dengan memahami konsumen akan menuntun pemasar pada kebijakansaan pemasaran yang tepat dan efisien. Dengan kata lain mempelajari perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui dan

[31] Jefri Putri Nugraha, M.Sc, Teori Perilaku Konsumen, (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Manajement,2021), hal 7.

memahami aspek yang ada pada konsumen yang akan digunakan dalam menyusun kebijakansaan pemasaran yang berhasil.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut sebagian besar tidak dapat dikendalikan oleh pemasaran, tetapi harus diperhatikan, namun secara garis besr faktor-faktor ayang mempengaruhi perilaku konsumen dibagi menjadi dua bagian yaitu eksternal dan internal. Faktor-faktor internal individual yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti: Motivasi, kepribadian, pembelanjaan, sikap, presepsi konsumen. Selain faktor-faktor lingkungan internal, faktor-faktor eksternal individu juga sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen.[32]

c. Perilaku Konsumen Dalam Islam

Beragam aktivitas dan keputusan yang dilakukan individu ketika mereka memperoleh, menggunakan, dan menila produk atau jasa disebut sebagai perilaku konsumen. Dalam konteks ini, perilaku konsumen tidak hanya mencangkup tindakan pembelian, tetapi juga faktor psikologis,sosial dan budaya yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan mereka. Dua prinsip dasar di balik perilaku

[32] Winardi dan Suparwarman, *Periaku Konsumen*,.(Jakarta: PT. Bumi Aksara,2003).

konsumen dapat dipahami dengan memeriksa empat faktor utama: individu, psikologis, kelompok sosial, dan budaya.

Konsumen membawa selera, motif, dan sikap masing-masingketika membuat keputusan tentang apa yang akan dikonsumsi. Komponen psikologis terdiri dari berberapa kbutuhan yang muncul dari situasi tertentu, seperti kebutuhan akan pengakuan, harga diri, atau pernerimaan masyarakat. Organisasi sosial, seperti teman sebaya atau komunitas, memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dengan memberikan tekanan sosial dan menegakan standar. Variabel budaya mencangkup prinsip-perinsip dasar, strandar,dan kebiasaan yang mempengaruhi lingkungan tempat perilaku konsumen terjadi. Sangatlah penting untuk memahami bahwa perilaku konsumen tidaklah tetap, tetapi dapat dipengaruhi oleh banyak pengaruh ekstermal dan internal.

Dalam islam perilaku konsumen merujuk pada cara atau pola seseorang dalam mengonsumsi barang dan jasa didasarkan pada nilai-nilai, prinsip, dan ajaran islam. Dalam pandangan islam, perilaku konsumen tidak hanya didasari oleh kebutuhan duniawi, tetapi juga mempertimbangkan aspek mora, etika, dan tanggung jawab akhirat.[33] Perilaku konsumen dalam islam didasarkan pada nilai-nilai yang

[33] Zul Ihsan Mu’arrif, awasan Ilmu, 2024), hal 81.

mengatur konsumsi halal, thayyib, etis dan bertanggung jawab. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen meiputi keptuhan terhadap syariah, kebutuhan dan keinginan yang seimbang antara dunia dan akhirat.

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasar syariat islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvesional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi pondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, sehingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk bekonsumsi masyarakat muslim, yaitu: keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah dari pada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah merupakan *future consumction*, ssedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumction*, konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama islam, dan bukan deangan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semangkin tinggi moralitas semangkin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebijakan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah SWT, merupakan kunci moralitas islam. Kebijakan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjaukan diri dari kejahatan, kedudukan harta adalah merupakan anugrah Allah SWT,

dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan).[34]

B. Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, maka terlebih dahulu mengamati dan mencermati hasil penelitian terdahulu yang relevan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh:

Tabel. 1.4

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Wahyu Intan Isnaini (2023)	Analisis kemudahan akses,Fitur aplikasi dan strategi promosi terhadap keputusan peanggunaan ShopeePay	Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah ShoppeePay lebih banyak digunakan oleh pengguna di Solo Raya yang memiliki kemudahan akses, fitur aplikasi yang lebih baik, dan strategi promosi yang efektif.	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kecenderungan Gen Z dalam menggunakan Uang Elektronik (*E-Money)*

[34] Muhammdad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Presfektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2006), h, 31.

2.	Dita Anjani (2022)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dala m Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet	Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi z dalam menggunakan sistem pembayaran e-wallet,	Penelitian ini bertujuan unt uk menganalisis kecenderunga n Gen Z dalam berbelanja disini Penulis hanya berfokus pada Kecenderunga n Gen Z, Uang Elektronik,an Berbelanja
3.	Kezia Putri Altara (2023)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *E-WALLET* (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta)	Penelitian ini menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-wallet pada mahasiswa akutansi STIE Surakarta	Penelitian ini berfokus menganalisis kecenderunga n Gen Z dan perilaku Gen Z dalam Menggunakan uang elektronnik
4.	Lili Rahma Yanti (2022)	Analisis Faktor-Faktor Pengguna an Dompet Digital	Penelitian berfokus pada faktor fator ekonomi yang	Penelitian ini menghasilkan analisis tentang

		(EWallet) sebagai Alat Transaksi di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam	mempengaruhi penggunaan dompet digital, seperti biaya transaksi, keamanan,dan efesiensi.	kencenderungan Gen Z dalam menggunaan uang elektronik
5.	Shafira Azzahra (2022)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan e-wallet DANA sebagai sistem pembayaran (Studi kasus mahasiswa di Jakarta)	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi promosi, persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan e-wallet pada Mahasiswa di Kota Jambi.	Penelitian ini berfokus menganalisis kecenderungan Gen Z dan perilaku Gen Z dalam Menggunakan uang elektronnik
6.	Euricho Guterres Mindo Nainggolan, Bonardo T F Silalahi,Ertit	Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan QRIS Di Kota Pematangsiantar	Penelitian ini berjudul “Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan QRIS Di Kota Pematangsiantar”	Penelitian ini berfokus menganalisis kecenderungan Gen Z dan perilaku Gen Z dalam

	in M Sinaga (2022)		Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan penggunaan metode pembayaran elektronik, QRIS.Hipotesis pertama sampai ketiga menguji apakah manfaat QRIS, kemudahan penggunaan, dan risiko secara parsial mempengaruhi kepuasan pengguna QRIS, dan hipotesis keempat adalah manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko.	Menggunakan uang elektronnik

Sumber diolah 2025

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan Metode Penelitian Kualitatif. Jenis penelitian yang digunaan yaitu penelitian lapangan (*field research*) adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperincih,dan mendalam terrhadap suatu objek tertentu dengan mempelajari sebagai suau kasus. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dilapangan atau dilokasi penelitiian untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut guna penyusunan laporan ilmiah.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Panai Tengah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Panai Tengah, Kabupaten Labuhanbatu, Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan lokasi ini dilakukan sebagai tempat penelitian yang di dasarkakn pada pertimbangn bahwa pada lokasi ini peneliti menemukan penomena yang permasalahan yamh akan ditelitih. Waktu penelitian mulai dilakukan pada bulan febuari 2025 s/d selesai.

C. Jenis Data

a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data langsung menggunakan data instrument data yang telah di tetapkan. Sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data secara langsung tanpa melalui perantara. Sumber Data Primer dicari melalui narasumber atau responden yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sasaran mendapatkan informarsi.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak secara langsung diperoleh dari pihak yang diperlukan datanya. Jadi data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang terpercaya yang di jadikan ajuan sebagai sumber rujukan dalam hal penulisan ini. Seperti buku, jurnal, sekripsi yang tentunya relevan dengan penulisan ini.

D. Sumber Data

Sumber data adalah bahan dasar yang dapat diolah dan di analisis untuk menjawab permasalahan penelitian, sumber data sifatnya umum dan harus memuat informarsi tentang objek penelitian. Data yang dijadikan sumber

penelitian bersumber dari masyarakat dan beberapa jurnal yang erat hubungannya dengan permasalahan yang akan ditelitih.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, sustu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. dua diantara yang terpenting yang terdiri dari proses pengamatan dan ingatan.

2. Metode Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu, berbentuk tulisan, buku, gambar, atau karya seseorang yang monumental Penggunaan metode dokumentasi biasanya untuk menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, koran, peraturan-peraturan dan sebagainya. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data-data penelitian, seperti tangkapan layar penggunaan pada Dompet Digital atau *E-wallet*, riwayat transaksi, serta dokumentasi lokasi wawancara

3. Wawancara

Wawancara ini dilakukan dengan maksud memperoleh data primer, studi lapangan dilakukan dengan mengadakan pendekatan pada pihak-pihak yang bersangkutan. Pertanyaan wawancara meliputi latar belakang Kecendrungan menggunakan Uang Elektronik dalam Berbelanja, serta pengalaman dan persepsi terhadap fitur-fiturnya.

F. **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif dapat dilaksanakan sebelum terjun kelapangan dalam penelitian untuk melakukan penelitian. Menurut Nahsution "analisis dapat dilakukan sejak sebelum terjun kelapangan dan dapat menganalisis, merumuskan, dan menjelaskan masalah yang berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian". Sedangkan , menurut sugiyono analisis data adalah proses pemecahan masalah, mencari dan menyusun dengan sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan hasil observasi lapangan.

Penelitian kualitatif bisa sangat rumit dan tumpang tindih, karena informasi yang diambil tidak hanya berpusat pada masalah yang telah ditentukan akan tetapi bisa berkembang tergantung kondisi lapangan. Oleh karena itu ada beberapa hal yang dilakukan agar analisis data penelitian kualitatif tidak terlalu melebar, yaitu[35]:

1. Reduksi Data.

   Reduksi data atau ringkasan informasi didasarkan pada apa yang penting untuk dibahas atau ditarik kesimpulan. Reduksi data dapat dilakukan dengan cara mengabstraksikan atau meringkas apa saja yang penting sehingga tetap berada dalam penelitian. Dengan kata lain, proses

[35] Syafrida Hafni Sahir, "Metodologi Penelitian". Jogjakarta : KBM INDONESIA, 2021. hlm. 47

reduksi data ini dilakukan secara terus-menerus saat peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh hasil inti dari data yang diperoleh melalui pengembangan data.

Reduksi data berarti menyederhanakan informasi yang diperoleh dari lapangan. Informasi yang diperoleh di lapangan tentunya merupakan data yang sangat kompleks, dan seringkali kita menjumpai informasi yang sama sekali tidak berhubungan dengan topik penelitian, namun data tersebut tercampur dengan data penelitian[36]

2. Penyajian Data.

Penyajian data adalah kumpulan informasi tertata yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini karena data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif dan oleh karena itu perlu disederhanakan tanpa pengurangan isinya. Penyajian data dilakukan untuk mendapatkan gambaran lengkap tentang penelitian. Pada tahap ini peneliti memulai dengan mengelompokkan setiap isu utama dan kemudian mencoba mengkategorikannya[37].

3. Verifikasi Data

Verifikasi data merupakan tahap terakhir dalam proses analisi data. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara membandingkan

[36] Syafrida Hafni Sahir, "Metodologi Penelitian". Jogjakarta : KBM INDONESIA, 2021. hlm. 47-48
[37] Ibid,

kesesuaian pernyataan dari objek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

4. Menelaah Kembali Selama Penulisan.

   Menelaah atau meninjau kembali data merupakan proses melakukan pengembangan kesepakatan intersubjektif dan menempatkan salinan dari temuan yang didapatkan. Pada menelaah kembali data ini peneliti melakukan penyimpulan dari data yang didapatkan dan memverifikasi ulang kebenaran data yang didapat selama penulisan.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL

A. Gambaran Umum Kecamatan Panai Tengah

1. Sejarah Singkat Panai Tengah

Labuhan Bilik Kecamatan Panai Tengah adalah salah satu Kota idaman kota tertua di Kabupaten Labuhanbatu, pada Zaman Sebelum merdeka Labuhan Bilik pernah menjadi ibu kota Kabupaten Labuhan batu, Yang mana sektor perekonomian pada masa itu Cukup memadai, namun Tahun demi Tahun Keadaan Labuhan Bilik Yang dulunya menjadi pusat Pemerintahan kini hanya tinggal kenangan,

Semakin tahun semakin berkembang hanya jeritan Burung walet kedengaran siang dan malam tidak henti – hentinya, di kota Labuhan Bilik Kecamatan Panai Tengah tersebut, masyarakatnya Telah berusaha bekerja disektor pertanian, perkebunan dan Nelayan, Lembaga perekonomian juga tergolong dapat memenuhi keinginan masyarakat seperti perbanknan Koperasi berbagai perkreditan Rakyat, sosial.budaya.di kota Labuhan Bilik Panai Tengah tersebut, sepertinya sarana pendidikan SD,SMP, SMA, di kecamatan Panai Tengah tergolong memadai ditinjau dari kapasitas gedung yang tersedia dengan jumlah anak usia sekolah sesuai dengan lavel pendidikan.

Panai Tengah adalah sebuah Kecamatan yang berada di Kabupaten Labuhanbatu provinsi Sumatera Utara,Indonesia. Ibu kota kecamatan berada di Labuhan Bilik. Jarak kecamatan ini ke ibu kota kabupaten yaitu 100 km. Di Labuhan Bilik terdapat 1 Sekolah Menengah Atas yaitu SMA Negeri 1 Panai Tengah. Pada tahun 2021, jumlah penduduk kecamatan ini sebanyak 41.767 jiwa, dengan kepadatan 86 jiwa/km².

2. Letak Geografis

Kecamatan Panai Tengah berbatasan dengan beberapa Wilayah berikut:

Tabel.4.1

Utara	Kecamatan Panai Hilir
Timur	Provinsi Riau
Selatan	Kabupaten Labuhanbatu Selatan
Barat	Kecamatan Panai Hulu

Sumber data dari Kantor Camat Panai Tengah 2025

Wilayah Kecamatan Panai Tengah terbagi menjadi 1 Kelurahan dan 9 desa. Nama-nama desa dan kelurahannya yakni:

Tabel. 4.2

No.	Nama Kelurahan	Nama Desa	Luas/KM
1.	Labuhan Bilik		37,00 Km
2.		Desa Sei Siarti	65,00 Km
3.		Desa Selat Beting	69,00 Km

4.		Desa Sungai Plancang	45,50 Km
5.		Desa Bagan Bilah	47,50 Km
6.		Desa Sungai Rakyat	47,30 Km
7.		Desa Sei Nahodaris	44,40 Km
8.		Desa Telaga Suka	41,00 Km
9.		Desa Sungai Merdeka	39,30 Km
10.		Desa Pasar Tiga	47,74 Km

Sumber data dari Kantor Camat Panai Tengah 2025

Jarak dari kecamatan ke ibu kota kabupaten (Rantauprapat) sekitar 100km. Secara geografis juga, Kabupaten Labuhanbatu (termasuk Panai Tengah) terletak dalam kawasan Pantai Timur Sumatera Utara, deangan bagian timur ksbupsten berbatasan dengan Selat Malaka dan Provinsi Riau

Penduduk kecamatan Panai Tengah memiliki latar belakang Suku bangsa yang berbeda-beda, yang didominasi oleh suku Batak, Melayu, dan Jawa. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dari hasil Sensus Penduduk Indonesia 2010, persentasi penduduk kecamatan ini berdasarkan Suku bangsa yakni suku Batak sebanyak 39,46%. Suku Batak dalam Sensus 2010 di Labuhanbatu sebagian besar adalah Batak Angkola, Toba, Mandailing dan sebagian Karo dan Pakpak Penduduk dari suku Melayu sebanyak 29,82%, Jawa sebanyak 26,27%, kemudian Minagkabau sebanyak 0,62%,

Aceh sebanyak 0,16%. Suku lain sebanyak 3,67%, termasuk Tionghoa, Nias, Bugis, Sunda dan lainnya.

3. **Visi Dan Misi**

Visi : Meningkatkan kesejateraan dan keberdayaan masyarakat Labuhanbatu, Mewujudkan masyarakat yang cerdas dan bersinar, Menciptakan masyarakat yang mandiri dan sejaterah.

Misi

a. Meningkatakan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan dan kesehatan yang berkualitas untuk semua,
b. Memperkuat ekonomi kerakyatan, daya saing, dan ketahanan pangan,
c. Mempererat tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih serta efisien,
d. Meningkatkan perlindungan sosial dan pengembangan budaya,
e. Membangun desa dan menata kota berbasis potensi wilayah, termasuk pengembanyan infrastruktur yang ramah lingkungan dan mitigasi bencana,
f. Membangun inovasi daerah, ekonomi kreatif, dan pariwisata.

B. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan responden dari kalangan **Generasi Z** (usia 14–30 tahun) yang berdomisili di Kecamatan Panai Tengah, Provinsi Sumatera Utara. Responden terdiri dari dua kelompok utama, yaitu pelaku usaha dan konsumen

muda yang aktif menggunakan uang elektronik dalam aktivitas sehari-hari. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan berbagai narasumber yang mewakili beragam jenis usaha dan latar belakang sosial ekonomi.

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden dalam penelitian ini dibedakan menjadi lakilaki dan perempuan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	52	30 %
2.	Perempuan	98	70 %
Jumlah		150	100%

Sumber : Hasil wawancara

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 52 responden atau 30% laki-laki dan 98 responden atau 70% perempuan. Dengan demikian responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

2. Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	14–20 tahun	30	16 %
2.	21–30 tahun	50	42 %
3.	31–35 tahun	40	24 %
4.	36-50 tahun	30	18 %
Jumlah		**150**	**100%**

Sumber : Hasil wawancara

Berdasarkan tabel diatas dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan usia dalam penelitian ini adalah responden 14-20 tahun sebanyak 30 responden 16%, usia 21 – 30 tahun sebanyak 40 responden 42%, 31 – 35 tahun sebanyak 40 responden 24%, 35-530 tahun sebanyak 37 responden 18%. Dengan demikian responden berdasarkan usia dalam penelitian ini didominasi oleh usia 21 – 30 tahun yaitu sebanyak 50 responden 58%.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5

Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	32	23 %
2.	Pegawai/Karyawan	51	42 %
3.	Wirausaha (Pedagang, Pemilik Usaha)	38	18 %
	Ibu Rumah Tangga (IRT)	29	17 %
Jumlah		**1501**	**100%**

Sumber : Hasil wawancara

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri dari berbagai latar belakang pekerjaan. Jumlah total responden sebanyak 150 orang, dengan komposisi yang menunjukkan keberagaman profesi masyarakat di Kecamatan Panai Tengah.

1. Pegawai/Karyawan (42%) merupakan kelompok terbesar dalam penelitian ini. Mereka umumnya bekerja di sektor swasta, lembaga pendidikan, dan toko modern yang sudah terbiasa menggunakan sistem

pembayaran digital. Kelompok ini lebih cepat beradaptasi terhadap penggunaan uang elektronik karena tuntutan pekerjaan yang mengutamakan efisiensi dan teknologi.

2. Pelajar/Mahasiswa (23%) menjadi kelompok kedua terbanyak. Mereka termasuk dalam generasi muda (Gen Z) yang sangat akrab dengan penggunaan teknologi dan smartphone. Penggunaan uang elektronik bagi kelompok ini bukan hanya kebutuhan praktis, tetapi juga bagian dari gaya hidup digital mereka.
3. Wirausaha (18%), yang meliputi pedagang, pemilik konter HP, toko kelontong, stand minuman, hingga kafe, juga menunjukkan tingkat adopsi tinggi terhadap e-wallet dan QRIS. Mereka menggunakan sistem ini untuk mempermudah transaksi, mengurangi risiko uang tunai hilang, serta mencatat pemasukan secara otomatis.
4. Ibu Rumah Tangga (17%) menggunakan uang elektronik terutama untuk keperluan rumah tangga seperti belanja kebutuhan harian, membayar listrik, dan melakukan transaksi online. Meski masih ada yang bertransaksi secara tunai, sebagian besar sudah mulai memanfaatkan e-wallet karena kemudahan dan promo menarik yang ditawarkan.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh kelompok pekerjaan di Kecamatan Panai Tengah telah mengenal dan sebagian besar telah

menggunakan uang elektronik. Namun, intensitas penggunaannya bervariasi, di mana kelompok pegawai/karyawan dan pelajar/mahasiswa menjadi pengguna paling aktif. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan aktivitas digital berpengaruh besar terhadap perilaku transaksi non-tunai di kalangan masyarakat.

4. **Jenis Usaha (Bagi Pelaku Usaha)**

Sebanyak 13 (80%) responden yang sudah menggunkan metode pembayaran uang elektronik sedangkan 2 (20%) responden yang belum menggunakan pembayaran menggunakan metode uang elektronik atau masih menggunkan uang tunai dari kategori wirausaha memiliki beragam jenis usaha, antara lain:

Tabel 4.6

Responden Pelaku Usaha

NO	Nama Usaha	Metode Pembayaran
1.	Konter hp (Ponsel)	Uang elekronik
2.	Cafe	Uang elekronik
3.	Stand Minuman Teh Rakyat	Uang elekronik
4.	Minuman Es Teller	Uang elekronik
5.	Toko Prabot Zahra	Uang elekronik
6.	Warung Bakso	Uang elekronik
7.	Toko Baju Berkah Murah	Uang elekronik
8.	Toko ATK/ATS	Uang elekronik
9.	Toko kue	Uang elekronik
10.	Toko Bangunan (Panglong)	Uang elekronik
11.	Apotik	Uang elekronik
12.	Grosir	Uang elekronik
13.	Bengkel dan Superpart Honda	Uang elekronik

14.	Warung Ayam Geprek	Tunai
15.	Toko Sembako	Tunai

Sumber : Hasil wawancara

Dari tabel di atas kita bisa mengetahui bahwa dari hasil observasi kita mendapatkan 13 pelaku pedagang yang sudah menggunakan metode pembayaran uang elektronik namun ada 2 pelaku yang masih menggunakan pembayaran tunai dengan alasan berbelanja dengan skala kecil.

Tabel 4.7

Pedagang yang menyediakan pembayaran uang elektronik.

No	Keterangan	Jumlah Pedagang	Persentase %
1.	Menyediakan metode pembayaran elektronik (QRIS, OVO, GoPay, DANA, ShopeePay)	13 Toko	80%
2.	Belum menyediakan metode pembayaran elektronik	2 Toko	20%
	TOTAL	15 Toko	100%

Sumber data diolah 2025

Berdasarkan hasil wawancara dengan 15 pedagang di Kecamatan Panai Tengah, diketahui bahwa sebanyak 13 pedagang (80%) telah menyediakan metode pembayaran elektronik di tempat usahanya, seperti QRIS, OVO, GoPay, DANA, dan ShopeePay. Sementara itu, 2 pedagang (20%) belum menyediakan layanan pembayaran elektronik karena beberapa alasan, antara lain:

1. Kurangnya pemahaman terhadap sistem pembayaran digital,

2. Minimnya permintaan dari pelanggan, serta
3. Kekhawatiran terhadap biaya tambahan atau kesalahan teknis saat transaksi.

Namun alasan utama bagi para pedagang yang menyediakan layanan tersebut adalah untuk menyesuaikan dengan kebiasaan konsumen masa kini, terutama generasi muda (Gen Z), yang lebih sering menggunakan uang elektronik dalam bertanksaksi. Selain itu, pedagang merasa bahwa sistem pembayaran digital lebih praktis, cepat, dan aman, serta dapat membantu menguurangi risiko kesalahan hitung, uang paslu, dan kebutuhan akan uang kembalian. Namun, ada juga sebagian kecil pedagang yang belum menyediakan pembayaran elektronik karena masih terbiasa dengan transaksi tunai dan merasa lebih mudah megatur arus kas secara langsung.

C. Karakteristik Perilaku Transaksi

Perilaku transaksi Generasi Z di Kecamatan Panai Tengah menunjukkan adanya perubahan yang signifikan dari sistem pembayaran konvensional (tunai) menuju penggunaan uang elektronik (*e-wallet*). Pergeseran ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kemajuan teknologi, tetapi juga oleh gaya hidup praktis dan digital yang telah menjadi ciri khas generasi ini.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengumpulan data dari 150 responden yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, pegawai, wirausaha, dan ibu rumah

tangga, dapat dijelaskan beberapa bentuk karakteristik perilaku transaksi sebagai berikut:

1. Preferensi dalam Metode Pembayaran

   Sebagian besar responden lebih menyukai menggunakan uang elektronik dibandingkan uang tunai dalam bertransaksi. Sekitar 80% responden menyatakan bahwa mereka lebih sering menggunakan aplikasi seperti Dana, OVO, GoPay, ShopeePay, dan QRIS, sedangkan hanya 20% responden yang masih mengutamakan uang tunai.

   Alasan dominan penggunaan uang elektronik antara lain:

   a. Transaksi lebih cepat dan efisien, tanpa perlu menunggu uang kembalian.
   b. Lebih aman dibanding membawa uang tunai dalam jumlah besar.
   c. Adanya promo, cashback, dan diskon yang menambah daya tarik.
   d. Praktis karena seluruh transaksi dapat dilakukan hanya melalui *smartphone*.

   Sementara itu, sebagian kecil masyarakat masih menggunakan uang tunai karena keterbatasan fasilitas internet, belum tersedianya QRIS di beberapa warung kecil, serta kebiasaan lama yang sulit diubah.

2. Frekuensi dan Jenis Transaksi yang Dilakukan.

   Berdasarkan hasil wawancara, uang elektronik paling sering digunakan untuk transaksi yang bersifat rutin dan harian, seperti:

   a. Pembelian makanan dan minuman di kafe, warung, atau stand minuman.
   b. Pembelian pulsa dan paket data di konter HP.
   c. Pembayaran tagihan listrik, air, dan internet.
   d. Pembelian barang kebutuhan rumah tangga di toko kelontong dan minimarket.
   e. Transaksi belanja online di platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia.

Frekuensi penggunaan uang elektronik tergolong tinggi, terutama pada kelompok usia 21–25 tahun yang termasuk dalam kategori Gen Z aktif. Responden kelompok ini rata-rata menggunakan e-wallet lebih dari 3 kali dalam seminggu.

3. Kebiasaan Menyimpan dan Mengelola Uang

   Sebagian besar responden (**68%**) menyatakan bahwa mereka lebih memilih menyimpan uang dalam bentuk **saldo digital (e-wallet)** dibanding uang tunai.

Alasannya karena, lebih mudah digunakan untuk transaksi kecil tanpa harus mengambil uang ke ATM. Aman dan tidak mudah hilang. Dapat memantau pengeluaran melalui fitur **riwayat transaksi** yang tersedia di aplikasi.

Namun, sebagian lainnya (**32%**) masih menyimpan uang secara tunai untuk berjaga-jaga ketika jaringan internet lemah atau ketika berbelanja di tempat yang belum menyediakan pembayaran digital.

4. Pola Penerimaan Pendapatan

Ketika ditanya tentang bentuk penerimaan pendapatan, sekitar 70% responden menyatakan lebih menyukai menerima gaji atau hasil usaha melalui transfer digital (bank atau e-wallet), karena lebih praktis, cepat, dan mudah digunakan untuk transaksi selanjutnya. Namun Berdasarkan hasil wawancara dengan responden yang berprofesi sebagai pegawai atau karyawan**,** dapat diketahui bahwa pola penerimaan pendapatan di Kecamatan Panai Tengah telah mengalami perubahan dari sistem tunai menuju sistem non-tunai atau digital.

Sebagian besar karyawan yang bekerja di sektor swasta, lembaga pendidikan, toko modern, dan usaha kecil menerima gaji melalui transfer bank atau dompet digital**.** Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem keuangan digital telah menjadi bagian dari rutinitas dalam dunia kerja masyarakat setempat.

5. Penerimaan Gaji Melalui Transfer Digital

Sebanyak sekitar 70% responden karyawan menyatakan bahwa mereka menerima gaji melalui transfer bank atau e-wallet (seperti Dana, OVO, dan GoPay). Sistem ini dianggap lebih aman, cepat, dan efisien, karena:

a) Tidak perlu datang langsung ke tempat kerja hanya untuk menerima uang tunai.
b) Proses penggajian lebih transparan dan dapat dicek melalui mutasi rekening.
c) Gaji yang diterima langsung dapat digunakan untuk pembayaran digital seperti tagihan listrik, belanja online, atau pengiriman uang ke keluarga.

Selain itu, beberapa usaha kecil juga menggunakan fitur QRIS dan transfer antar e-wallet untuk membayar honor karyawan lepas atau paruh waktu.

6. Penerimaan Gaji Secara Tunai

Sementara itu, sekitar 30% karyawan masih menerima pendapatan dalam bentuk uang tunai**.** Pola ini umumnya berlaku pada:

a) Usaha mikro seperti warung, stand minuman, dan toko kelontong.

b) Karyawan dengan status harian lepas atau pekerja yang belum memiliki rekening bank pribadi.
c) Pemilik usaha yang belum terbiasa dengan sistem transfer digital.

Namun, meskipun menerima pendapatan secara tunai, sebagian dari mereka kemudian menyimpan kembali uang tersebut ke e-wallet untuk kebutuhan transaksi non-tunai seperti pembelian pulsa, pembayaran tagihan, atau transfer ke orang lain.

7. Alasan Pemilihan Sistem Penerimaan Gaji

Berdasarkan hasil wawancara, alasan utama karyawan lebih memilih menerima gaji secara digital dibanding tunai adalah:

a) Keamanan: Mengurangi risiko kehilangan uang atau pencurian.
b) Kemudahan akses: Uang langsung tersedia di aplikasi tanpa perlu pergi ke bank.
c) Fleksibilitas: Gaji bisa langsung digunakan untuk berbagai transaksi tanpa harus menukarnya dengan uang fisik.
d) Pencatatan keuangan**:** Riwayat transaksi digital mempermudah pengelolaan keuangan pribadi.

Sedangkan bagi penerima tunai, alasan yang dikemukakan antara lain:

a) Belum terbiasa dengan aplikasi keuangan digital.
b) Keterbatasan akses internet di beberapa wilayah.
c) Rasa nyaman dan kepercayaan terhadap uang fisik sebagai bentuk "kendali langsung" atas pengeluaran.

D. Tinjauan dalam Presfektif Syariah

Dalam ekonomi Islam, sistem penerimaan pendapatan harus berlandaskan pada prinsip keadilan, kejelasan akad, dan kehalalan sumber penghasilan**.** Islam tidak mengatur secara kaku bentuk alat pembayaran, melainkan menekankan keabsahan akad (ijarah) dan transparansi dalam transaksi**.**

Penerimaan gaji atau upah melalui sistem digital seperti transfer bank atau e-wallet termasuk dalam kategori muamalah modern yang diperbolehkan (mubah) selama tidak mengandung unsur riba**,** gharar (ketidakjelasan)**,** dan maysir (spekulasi atau perjudian)**.**

1. Prinsip Akad dalam Islam

Dalam Islam, hubungan antara pemberi kerja (*mu'jir*) dan pekerja (*ajir*) termasuk dalam akad ijarah, yaitu akad sewa jasa yang sah apabila memenuhi syarat:

a. Adanya kerelaan antara kedua pihak (*an-tarādin minkum*).
b. Adanya kejelasan dalam nilai upah dan waktu kerja.

c. Tidak ada unsur penipuan atau ketidakpastian dalam pembayaran.

Rasulullah SAW bersabda:

"Berikanlah upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya." (HR. Ibnu Majah, no. 2443)

Hadis ini menunjukkan bahwa Islam menekankan ketepatan waktu dan kejelasan pembayaran upah, tanpa mensyaratkan bentuk alat pembayaran tertentu. Dengan demikian, pembayaran upah melalui transfer bank atau saldo e-wallet tetap sah secara syariah selama memenuhi unsur kejelasan nominal dan waktu[38].

2. **Uang Elektronik sebagai Alat Pembayaran yang Sah**

Dalam bukunya *"Akad dan Produk Bank Syariah"*, uang dalam Islam berfungsi sebagai alat tukar (medium of exchange)**,** bukan sebagai komoditas. Oleh karena itu, penggunaan uang dalam bentuk digital atau elektronik diperbolehkan selama nilai dan fungsinya tetap sama, serta tidak menimbulkan ketidakjelasan dalam transaksi.[39]

Hal senada dikemukakan oleh Antonio dalam *"Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik"*, bahwa sistem pembayaran modern seperti transfer bank dan uang elektronik merupakan bentuk inovasi muamalah yang boleh dilakukan selama tidak melanggar prinsip dasar syariah, yakni:

a. Tidak ada riba (tambahan yang diharamkan).

[38] Ascarya.*Akad dan Produk Bank Syariah*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada: 2008).
[39] Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*,(Jakarta: Gema Insani,2001)

b. Tidak ada gharar (ketidakjelasan akad).

c. Tidak ada maysir (spekulatif atau untung-untungan).

Dengan demikian, penggunaan e-wallet atau rekening bank sebagai sarana pembayaran gaji termasuk muamalah yang sah**,** karena hanya berfungsi sebagai perantara (*wasilah*) dalam memindahkan hak milik uang dari pemberi kerja kepada pekerja.

3. **Prinsip Efisiensi dan Inovasi (At-Taysīr)**

Pernyataan narasumber menunjukkan penerapan prinsip At-Taysīr, yaitu prinsip kemudahan dan efisiensi dalam muamalah. Islam mendorong umatnya untuk memanfaatkan inovasi yang mempermudah aktivitas ekonomi selama tidak bertentangan dengan syariah. Penggunaan QRIS dan E-wallet mencerminkan efisiensi dalam waktu, tenaga, dan keamanan, sekaligus menjadi bentuk inovasi teknologi yang memperlancar transaksi ekonomi tanpa mengandung unsur riba, gharar, atau penipuan.

Prinsip Efisiensi dan Inovasi (At-Taysīr) dalam Islam berarti bahwa segala bentuk kegiatan ekonomi dan transaksi (*muamalah*) hendaknya dilakukan dengan cara yang mudah, praktis, dan bermanfaat**,** selama tidak bertentangan dengan hukum syariah. Islam memberikan kelonggaran bagi

umatnya untuk memanfaatkan teknologi dan inovasi modern demi kemudahan hidup, selama tetap menjaga nilai-nilai halal dan keadilan[40].

Dalam konteks penggunaan QRIS dan E-wallet**,** sistem pembayaran digital ini dianggap sebagai inovasi keuangan modern yang membantu masyarakat dalam bertransaksi secara cepat, aman, dan efisien tanpa menggunakan uang tunai. Hal ini sejalan dengan prinsip *At-Taysīr*, karena mempermudah aktivitas jual beli dan mempercepat perputaran ekonomi, selama tidak mengandung unsur riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (perjudian). Dengan demikian, penggunaan QRIS dan E-wallet diperbolehkan dalam Islam karena mendukung kemaslahatan (al-maṣlahah) dan efisiensi ekonomi, serta selaras dengan tujuan syariah (*maqāṣid al-syarī'ah*) dalam menjaga harta (*ḥifẓ al-māl*) dan memudahkan umat dalam bermuamalah[41].

[40] Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
[41] DSN-MUI. (2017). *Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah*.

E. Larangan Riba, Gharar, dan Maysir

Riba secara bahasa bermakna*: ziyadah* (tambahan). Dalam pengertian lain, secara linguistik, riba juga berati tumbuh dan membesar. Adapun menurut istilah teknis ribah berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara bathil.[42]

Gharar secara etimologi berarti resiko atau bahaya. Asal kata Gharar dari bahasa Arab yaitu "Gharar, taghrir atau yaghara yang berarti menipu orang dan membuat orang tertarik untuk berbuat kebatilan, salah satu bentuk Gharar ialah menukarkan sesuatu benda dengan pihak lain dengan adanya unsur yang tidak diketahui atau tersembunyi untuk tujuan yang merugikan atau membahayakan".[43] Gharar yaitu ketidakpastian dalam transaksi yang diakibatkan dari tidak terpenuhinya ketentuan syariah dalam transaksi tersebut. Dampak dari transaksi yang mengandung Gharar adalah adanya pendzaliman atas salah satu pihak yang bertransaksi sehingga hal ini dilarang dalam Islam. Beberapa kategori unsur Gharar antara lain dari segi kuantitas tidak sesuainya timbangan atau takaran, kemudian dari siis kualitas terdapat ketidakjelasan pada kualitas barang, selanjutnya dari sisi harga adanya dua harga dalam satu transaksi, dan yang terakhir dari sisi waktu yaitu terdapat ketidakjelasan pada

[42] Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.

[43] Hadist Shohih*, PERSPEKTIF HUKUM ISLAM MENGENAI PRAKTIK GHARAR DALAM TRANSAKSI PERBANKAN SYARIAH, (* Diponegoro: Dialogia Iuridica,2021) Vol 12, No 2.

waktu penyerahan. Ketidakpastian yang muncul akibat tidak terpenuhinya ketentuan syariah dalam suatu transaksi, maka ketidakpastian tersebut merupakan gharar yang dilarang oleh syariat.

Menurut bahasa maisir berarti gampang/mudah. Menurut istilah maisir berarti memperoleh keuntungan tanpa harus bekerja keras. Maisir sering dikenal dengan perjudian karena dalam praktik perjudian seseorang dapat memperoleh keuntungan dengan cara mudah. Dalam perjudian, seseorang dalam kondisi bisa untung atau bisa rugi. Judi dilarang dalam praktik keuangan Islam, sebagaimana yang disebutkan dalam firman Allah sebagai berikut:

"Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya khamar, maisir, berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan, maka jauhilah perbuatanperbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan" (QS Al-Maaidah : 90).

Pelarangan maisir oleh Allah SWT dikarenakan efek negative maisir. Ketika melakukan perjudian seseorang dihadapkan kondisi dapat untung maupun rugi secara abnormal. Suatu saat ketika seseorang beruntung ia mendapatkan keuntungan yang lebih besar ketimbang usaha yang dilakukannya. Sedangkan ketika tidak beruntung seseorang dapat mengalami

kerugian yang sangat besar. Perjudian tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan keseimbangan sehingga diharamkan dalam sistem keuangan Islam.[44]

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa narasumber memahami esensi larangan riba (tambahan atau bunga yang diharamkan)**,** gharar (ketidakjelasan dalam transaksi)**,** dan maysir (unsur judi atau spekulasi)**.** Transaksi melalui QRIS dan E-wallet di warung tersebut dilakukan secara transparan dan tanpa tambahan nilai**.** Pembeli mengetahui jumlah yang dibayarkan dan penjual menerima sesuai nominal harga. Selama tidak ada unsur ketidakpastian, penipuan, atau praktik bunga dalam penggunaan aplikasi, maka transaksi tersebut halal dan sesuai prinsip muamalah syariah**.**

Berdasarkan pengamatan, transaksi menggunakan uang elektronik di Kecamatan Panai Tengah tidak mengandung unsur riba**,** karena tidak ada tambahan bunga atau biaya yang bersifat eksploitatif. Transaksi juga bebas dari gharar (ketidakjelasan) karena nominal, waktu, dan objek transaksi sudah jelas. Selain itu, sistem ini tidak mengandung maysir (spekulasi atau perjudian)**,** sehingga halal secara prinsip muamalah.

[44] Tarigan, Azhari Akmal. Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Sebuah Eksplorasi Melalui Kata-kata, h. 67

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, wawancara, dan analisis deskriptif terhadap responden Generasi Z di Kecamatan Panai Tengah, dapat disimpulkan bahwa. Generasi Z di Kecamatan Panai Tengah menunjukkan tingkat adopsi yang tinggi terhadap uang elektronik (e-wallet) seperti DANA, GoPay, ShopeePay, BRImo, dan OVO. Faktor utama yang mendorong penggunaan ini adalah kemudahan, kecepatan transaksi, keamanan, serta adanya promo seperti cashback yang dianggap menguntungkan.

Meskipun e-wallet memberikan banyak manfaat, penggunaan yang berlebihan menimbulkan perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Banyak pengguna merasa lebih mudah membelanjakan uang tanpa sadar karena tidak melihat uang fisik, sehingga pengelolaan keuangan pribadi menjadi kurang terkendali. Faktor kemudahan (ease of use), efisiensi waktu, serta daya tarik promosi merupakan faktor paling dominan yang memengaruhi keputusan Gen Z dalam menggunakan uang elektronik sebagai alat transaksi utama dalam kehidupan sehari-hari.

Dari sudut pandang Ekonomi Syariah, penggunaan uang elektronik di Kecamatan Panai Tengah diperbolehkan (halal) karena memenuhi prinsip At-Taysīr (kemudahan dalam muamalah) dan tidak mengandung unsur riba, gharar, maupun maysir, selama transaksi dilakukan secara transparan, tanpa tambahan bunga, serta jelas nominal dan akadnya.

Masyarakat Panai Tengah yang semula masih dominan dengan sistem tunai kini mulai beralih ke transaksi digital. Hal ini mencerminkan transformasi menuju masyarakat ekonomi digital, yang berdampak positif terhadap efisiensi usaha kecil dan menengah di daerah tersebut.

B. Saran

Diharapkan mampu meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran dalam mengelola pengeluaran agar tidak terjebak pada perilaku konsumtif akibat kemudahan transaksi digital.Diharapkan dapat mengadakan sosialisasi dan edukasi mengenai penggunaan uang elektronik yang sesuai dengan prinsip syariah serta keamanan data agar masyarakat lebih bijak dalam bertransaksi digital.

Sebaiknya memperkuat fitur pengingat keuangan dan laporan pengeluaran bulanan, sehingga pengguna dapat memantau arus keuangan mereka dengan lebih baik dan terarah.

Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan cakupan wilayah yang lebih luas atau menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengukur pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap perilaku konsumtif Generasi Z dalam penggunaan e-wallet.